

Jak pisać o Funduszach Europejskich?



**Jan Miodek
Marek Maziarz
Tomasz Piekot
Marcin Poprawa
Grzegorz Zarzeczny**



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**
dla rozwoju Polski

UNIA
EUROPEJSKA



Warszawa 2010

Jak pisać o Funduszach Europejskich?

Jak pisać o Funduszach Europejskich?

Jan Miodek
Marek Maziarz
Tomasz Piekot
Marcin Poprawa
Grzegorz Zarzeczny



**NARODOWA
STRATEGIA SPÓJNOŚCI**
dla rozwoju Polski

UNIA
EUROPEJSKA



Warszawa 2010

Autorzy
Jan Miodek
Marek Maziarz
Tomasz Piekot
Marcin Poprawa
Grzegorz Zarzeczny

Rysunki
Paulina Gajda
paulynn@wp.pl

Copyright © by Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
Warszawa 2010

ISBN 978-83-7610-176-7
Egzemplarz bezpłatny

Wydawca
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
<http://www.mrr.gov.pl>
<http://funduszeuropejskie.gov.pl>

Spis treści

Dlaczego powstał ten poradnik?	7
Na początek - zła wiadomość	7
Tekst jest jak okno	8
Osobisty doradca i pierwsza pomoc	11
Zasady skutecznej komunikacji	13
Komunikacja	13
Cztery pierwsze kroki	14
Cztery kolejne kroki	17
Poznajmy lepiej odbiorcę	21
Nie radzimy sobie z czytaniem	21
Myślimy potocznie	24
Mówimy potocznie	26
Trudne wybory stylistyczne	31
Co mówią liczby?	32
Wielkie maniere tekstów o FE	42
Czas na zmiany, czyli pisanie z empatią	54
Poprawność też jest ważna	77
Poprawne użycie wyrazów	77
Poprawna budowa zdań	87
Złote zasady pisowni i interpunkcji	106
Pisanie dla zaawansowanych	111
Jak przygotować się do pisania?	112
Kompozycja tekstu	119
Redagowanie tekstu	123
Dodatki	127
Słowa klucze tekstów o FE	127
Wyrazy trudne	128
Słowniczek form błędnych i nadużywanych	129
Poradnie językowe	135
Słowniki	136

I

Dlaczego powstał ten poradnik?

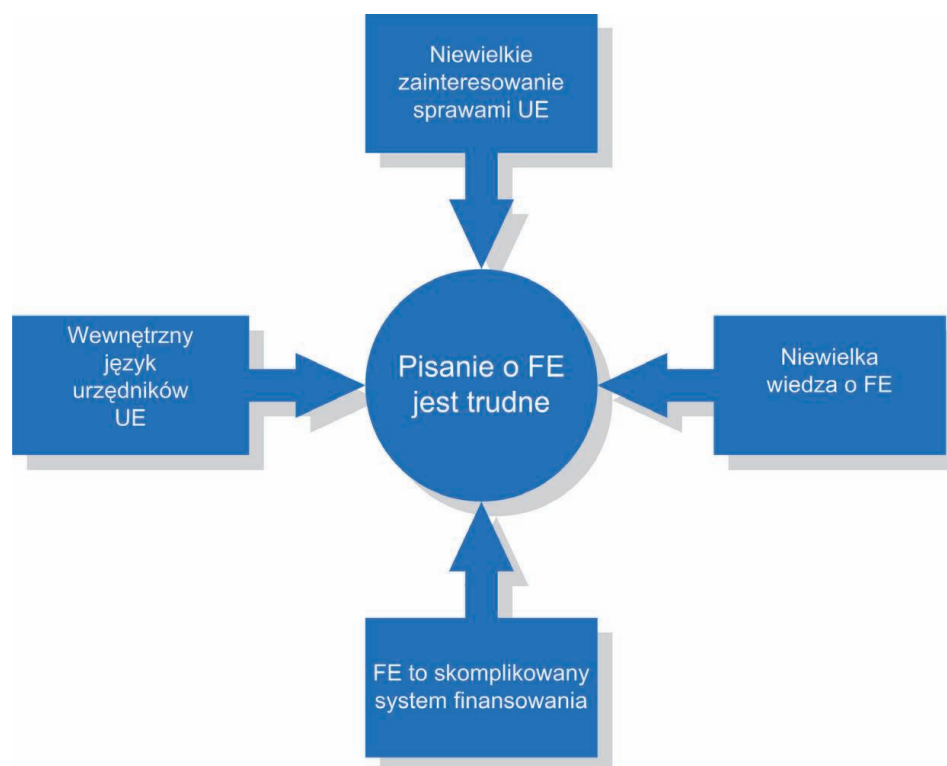
NA POCZĄTEK – ZŁA WIADOMOŚĆ

Wypada powiedzieć to już na wstępie. Pisanie o Funduszach Europejskich jest zadaniem ryzykownym, a nawet karkołomnym. Jesteśmy już tyle lat w Unii, a nadal niewiele osób w pełni rozumie teksty o tematyce europejskiej. Masowe przekazy o FE nie są wyjątkiem. Dzieje się tak z kilku powodów.

- Po pierwsze – Polacy uważają Unię Europejską za instytucję obcą, niemal zewnętrzną w stosunku do Polski. Świadczą o tym zdania typu *Z Europy płyną do Polski miliardy euro*, z których wynika, że Polska nie leży w Europie.
- Po drugie – Fundusze Europejskie jako system pomocy finansowej są zjawiskiem tak skomplikowanym, że trudno jest pojąć nawet podstawowe mechanizmy jego działania.
- Po trzecie – społeczna wiedza na temat FE jest ciągle niewielka i dodatkowo obarczona fałszywymi stereotypami (choć znajomość tej problematyki powoli i systematycznie rośnie).
- Po czwarte – europejska administracja wytworzyła dość osobliwy styl komunikacji (przede wszystkim w języku angielskim). Jedni nazywają go *eurożargonem*, inni – *eurobelkotem*, a nawet *euromową*. Te wyraźnie nacechowane określenia wyrażają negatywną ocenę tekstów o Unii Europejskiej – ich niezrozumiałość.

Musimy przy tym pamiętać, że wiele tekstów o UE to tłumaczenia pism z języka angielskiego. Niestety, oprócz informacji merytorycznych przejmujemy z nich coś więcej – biurokratyczne wzorce myślenia. Efekt może być tylko jeden: niezrozumiałość języka administracji europejskiej staje się cechą domyślną także polskich tekstów o funduszach.

Czy w takim razie można pisać inaczej? Czy teksty o Funduszach Europejskich mogą być prostsze i przystępniejsze? Czy przeciętny, w sensie statystycznym, Polak mógłby je czytać jak swoją ulubioną codzienną gazetę?



Nasz poradnik to próba odpowiedzi na powyższe pytania. Adresujemy go do tych wszystkich, którzy w codziennej pracy podejmują wysiłek pisanie o Funduszach Europejskich. W ich ręce oddajemy książkę, która jest praktycznym zbiorem wskazówek, porad i technik ułatwiających pisanie, ale równocześnie – wspierających rozumienie.

Nasza propozycja jest przy tym efektem obszernych i wyczerpujących badań empirycznych. Wszystkie sugerowane przez nas rozwiązania wynikają z analizy liczącej pół miliona słów próby tekstów o FE. Ich lektura pozwoliła uzupełnić poradnik autentycznymi przykładami – zarówno godnymi naśladowania, jak i tymi, których należy zdecydowanie unikać.

TEKST JEST JAK OKNO

Z powodu nowości i niezrozumiałości samej tematyki Polacy podchodzą do tekstów o funduszach jak do okna, przez które chcą spojrzeć na odległy krajobraz. Naszym zadaniem jest sprawić, by to okno spełniało swoją funkcję jak najlepiej. Tę metaforę można rozwinąć. Na przykład jeśli szyba będzie zamglona,

patrzący nie dojrzy w dali niczego konkretnego. Jeśli szkło będzie mieć skazy i deformacje – widok okaże się śmieszny lub przerażający. A gdy okno będzie brudne – krajobraz nikomu się nie spodoba.

Teksty o Funduszach Europejskich muszą być zatem przejrzyste jak szkło. Nie mogą zwracać na siebie uwagi, zatrzymywać naszego wzroku, odciągać nas od tematu i razić jakością wykonania. Nie mogą też przypominać artystycznych witraży. Może byłyby i piękne, ale świat, który by pokazywały, nie byłby przecież prawdziwy.

Jak uzyskać efekt przezroczystości? – Z pomocą przychodzi nauka. Otóż od wielu lat naukowcy próbują ustalić listę czynników, które sprawiają, że tekst w odbiorze jest łatwy i zrozumiały (lub trudny i niejasny). Dzięki ich badaniom (a przeprowadzono je w wielu krajach) wiemy już mniej więcej, jak taki proces rozumienia tekstu przebiega i co go zwykle ogranicza. I tak, wyróżnia się cztery czynniki, które sprawiają, że dowolny przekaz jest jasny i zrozumiały:

- czytelność tekstu,
- empatia komunikacyjna nadawcy,
- spójność jego językowych wyborów,
- poprawność języka.

styl wypowiedzi –
wybór środków
językowych w tekście

Czynnikiem podstawowym jest czytelność tekstu. Jest to jego cecha formalna, dotycząca samej aktywności czytania. Przebieganie wzrokiem po linii tekstu może być procesem naturalnym i niewymagającym wysiłku – wtedy tekst jest bardzo czytelny. Długie zdania i wielosylabowe wyrazy mogą jednak sprawić, że czytelnik szybko zacznie się męczyć. Takie teksty mają bardzo niskie wskaźniki czytelności.

Efekt ten przypomina mgłę, która ogranicza widoczność. W USA, gdzie badania tego typu są najbardziej zaawansowane, wszystkie teksty publiczne (umowy, regulaminy, instrukcje, podręczniki, ogłoszenia itp.) przeliczane są na lata szkolnej edukacji. Jeśli na przykład przemówienie polityka uzyskałoby współczynnik 9, powinien je zrozumieć dojrzały gimnazjalista (6 klas szkoły podstawowej + 3 klasy gimnazjum). Najpopularniejszy sposób obliczania tej własności to tzw. indeks FOG (ang. *mgła*). I tak na przykład przeciętny amerykański tygodnik opinii osiąga zwykle „zamglenie” na poziomie 10-11. Oznacza to, że czytelnik potrzebuje 10-11 lat (klas) edukacji, by zrozu-

mieć zamieszczane w nim artykuły. W USA wysoki wskaźnik mglistości sprawia, że teksty urzędowe są po prostu odrzucane jako nienadające się do lektury.

Oczywiście, my także możemy się posługiwać wskaźnikiem FOG w odniesieniu do tekstów o Funduszach Europejskich. Powinien on wynosić od 10 do 12. W takim wypadku pisane przez nas teksty będą czytelne dla typowych licealistów. Teksty o mglistości wyższej niż 13 trzeba poprawiać i przerabiać, a powyżej 20 (to poziom doktoratu!) – niestety, trzeba odrzucać.

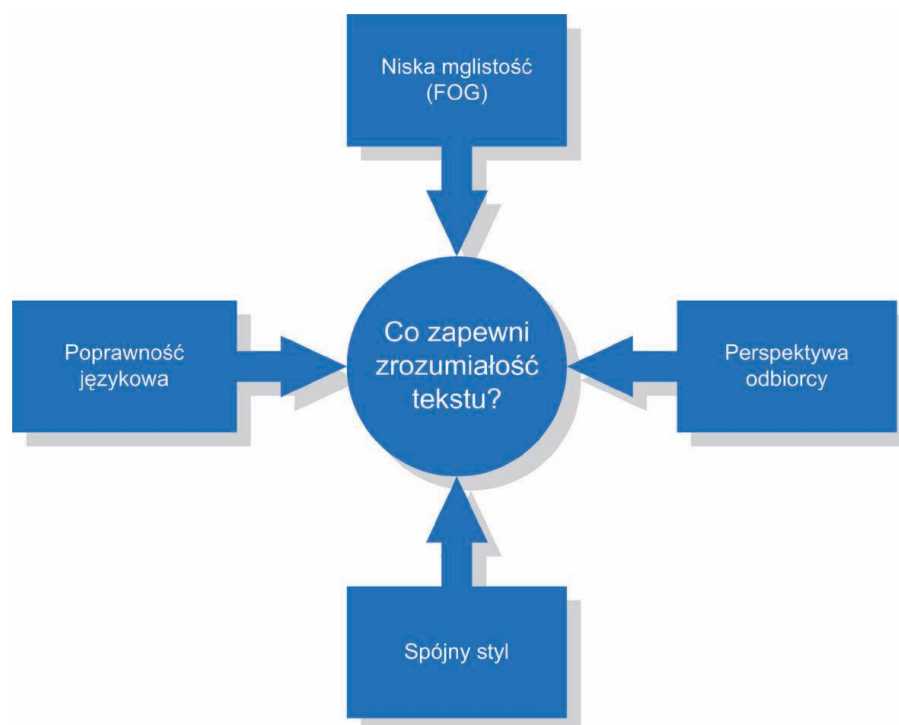
Stopień mglistości (indeks FOG) jest zatem podstawową cechą, nad którą będziemy pracować. Wskaźnik ten powinien także dotyczyć naszego poradnika! Będziemy go pisać językiem, który sami Państwu zalecamy. Co ciekawe, mglistość niniejszego wstępu jest dostosowana do poziomu wykształcenia autorów tekstów o FE (urzędników, dziennikarzy, polityków), jednak nie jest to poziom „przeciętnego Polaka” – czyli zakładanego adresata przekazów o dotacjach z Unii Europejskiej. FOG naszego wstępu jest zbyt wysoki (studia magisterskie). W następnych rozdziałach spróbujemy go obniżyć do proponowanego przez nas poziomu 10-12 (liceum).

Druga cecha decydująca o stopniu zrozumiałości tekstu to empatia wobec czytelnika. Nie chodzi tu jednak o zwykłe schlebienie odbiorcy, ale o autentyczne przyjęcie jego perspektywy. Nasze redaktorskie decyzje powinny bowiem naśladować język i sposób myślenia typowego Polaka; powinny dostosować nasz tekst do jego postaw, oczekiwań, światopoglądu i zakresu wiedzy. Ta swoiście rozumiana empatia będzie drugą umiejętnością kształtowaną w ramach naszego kursu komunikacji.

Trzeci czynnik, od którego zależy stopień zrozumiałości tekstu, to spójność podejmowanych przez nas decyzji, np. wybieranych środków językowych. Wskaźnik ten jest ważny, ponieważ stylistyczny chaos i brak jednorodności przeszkadzają odbiorcom bardziej niż wybór złych argumentów.

Czwarty wskaźnik, o którym musimy pamiętać, to poprawność językowa. Oczywiście, nie wszystkie błędy w równym stopniu wpływają na jakość i skuteczność komunikacji społecznej. Błędy językowe podzieliliśmy zatem na 3 grupy:

- błędy utrudniające zrozumienie tekstu,
- błędy niewpływające na zrozumienie tekstu,
- konstrukcje poprawne (lub na granicy akceptacji) – obniżające wartość naszego stylu.



Naszym zdaniem uwzględnienie owych czterech parametrów może każdemu autorowi zapewnić komunikacyjny sukces. Zasada ta odnosi się zwłaszcza do tekstów o tematyce trudnej lub mało znanej – a za taką należy uznać Fundusze Europejskie. Jeśli jest to tylko możliwe, uczmy się zatem pisać w sposób, który ułatwia odbiorcy czytanie i wyraża jego perspektywę – perspektywę zwykłego człowieka. Do tego podejmujemy spójne decyzje językowe i ćwiczymy używanie poprawnej polszczyzny.

OSOBISTY DORADCA I PIERWSZA POMOC

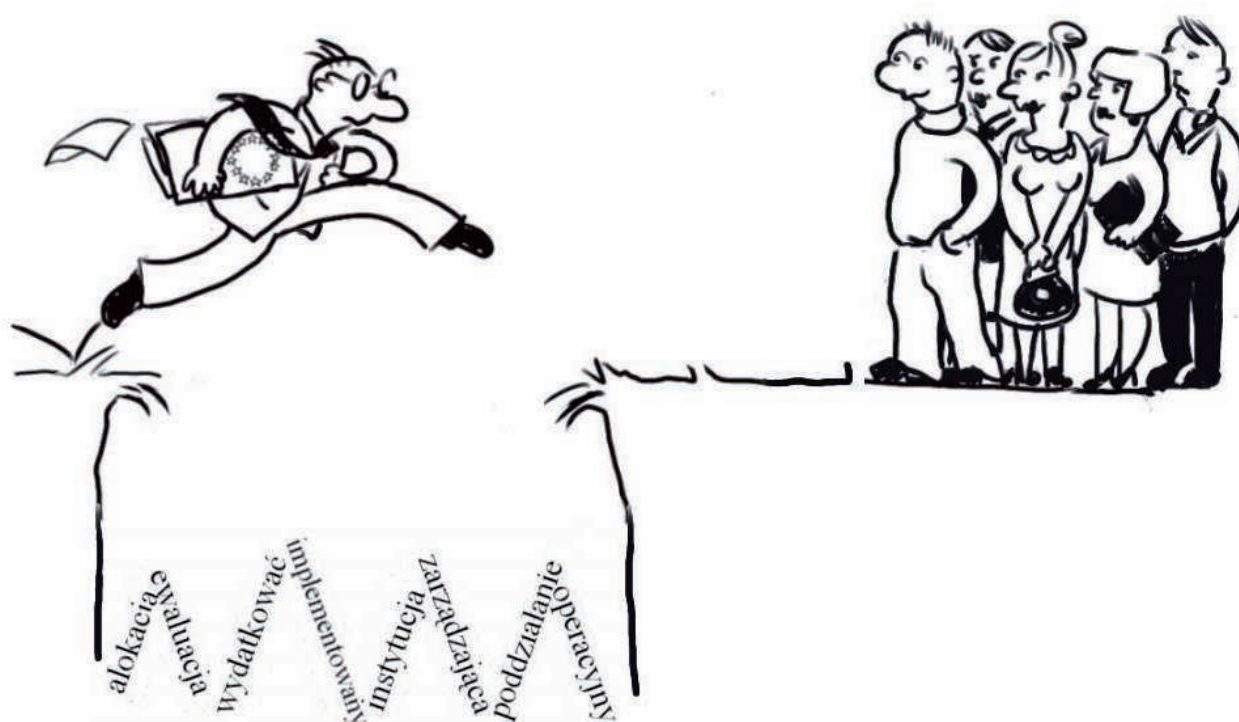
Z poradnika można korzystać na dwa sposoby. Po pierwsze – można go czytać w całości, przechodząc tym samym kurs komunikowania o FE. Skuteczność tekstu nie oznacza jednak dla nas rozbudowanej perswazji czy manipulacji. Chodzi nam raczej o przygotowanie kompetencji pisania w sposób zrozumiały, których składowymi są:

- umiejętność konstruowania dowolnego tekstu według kilku prostych zasad dobrego stylu;
- wiedza na temat możliwości komunikacyjnych typowego (w sensie statystycznym) Polaka;
- umiejętność przyjmowania w tekście jego perspektywy;
- umiejętność unikania rozwiązań, które utrudnią zrozumienie tekstu, i stosowania środków, które ten proces wspierają;

- sprawność opierania się najgroźniejszym pokusom, które towarzyszą pisaniu o FE. Mowa tu o wcielaniu się autora w rolę urzędnika, propagandysty lub polityka;
- znajomość podstawowych schematów kompozycji tekstów o Funduszach Europejskich.

Po drugie – z poradnika tego można też korzystać jak z zestawu pierwszej pomocy. Funkcję tę pełnią przygotowane przez nas listy i indeksy form oraz konstrukcji językowych, których należy unikać lub które warto czymś zastąpić. Na końcu książki można też znaleźć wykaz narzędzi dodatkowych: tytułów książek i słowników, które warto mieć pod ręką, adresów stron internetowych, z których można korzystać w trakcie pisania, a nawet numerów telefonów do poradni językowych prowadzonych przez polskie uniwersytety.

korzystajmy z konsultacji
w poradni językowej



II

Zasady skutecznej komunikacji

Istnieje tylko jedna zasada skutecznej komunikacji – antyczna zasada *złotego środka*. Problemem tej zasady jest jej ogólny charakter. Gdzie leży ów złoty środek? Co świadczy o jeszcze niedostatecznym poziomie komunikowania, co natomiast – już o nadużyciu dostępnych środków? Na tak postawione pytanie nie ma jednej odpowiedzi, możemy się jednak krok po kroku do niej przybliżać. W tym celu najpierw musimy zastanowić się, czym jest komunikacja, następnie – jakie ogólne oraz bardziej szczegółowe zasady zwiększają jej skuteczność.

KOMUNIKACJA

Większość ludzi uważa, że komunikacja nie jest skomplikowana: ‘ktoś przekazuje komuś jakąś informację’. Czy rzeczywiście? Wyobraźmy sobie prostą scenę: wraz z czterema innymi osobami grasz w karty, gdy nagle słyszysz, że właśnie zaparzyła się kawa. Chcesz o tym poinformować współtowarzyszy, więc mówisz „Kawa gotowa”. Według podanego wyżej schematu wszyscy powinni pomyśleć to samo: „kawa jest gotowa”. W istocie zresztą pomyślał tak pierwszy z nich. Drugi, który chwilę wcześniej o coś zapytał, pomyślał o Tobie: „ona mnie ignoruje”. Trzeci nigdy nie słyszał o czymś takim jak kawa, więc tylko się zdziwił. Czwarty wstał i poszedł po dzbanek. Cztery osoby odebrały ten sam komunikat zupełnie inaczej:

- pierwsza – jako informację o kawie,
- druga – jako informację o Twoim stosunku do niej samej,
- trzecia – w ogóle nie zrozumiała komunikatu,
- czwarta – jako polecenie.

komunikacja to
negocjacja znaczenia

Stało się tak, ponieważ w rzeczywistości komunikowanie się nie jest prostym przekazywaniem informacji, lecz raczej negocjowaniem znaczenia tego, co właśnie odebraliśmy. To, jak ktoś zinterpretuje jakąś wypowiedź, jakiś tekst, jakieś zachowanie, zależy od wielu czynników. Może to być dana sytuacja, wiedza tej osoby na określony temat czy jej ogólny stosunek do komunikującego itd.

Co zatem należy zrobić, by druga osoba odebrała komunikat zgodnie z naszą intencją? Musimy zbudować go tak, by ułatwić to zadanie. Innymi słowy, musimy wziąć pod uwagę wiele czynników, by zmniejszyć ryzyko interpretacji innej niż ta pożądana. Nie zawsze jest to możliwe, jednak w dużym stopniu możemy to zrobić. Ważne, byśmy byli świadomi własnych działań. Prześledźmy zatem ten proces na przykładzie niewielkiego wycinka komunikowania, którym jest pisanie.

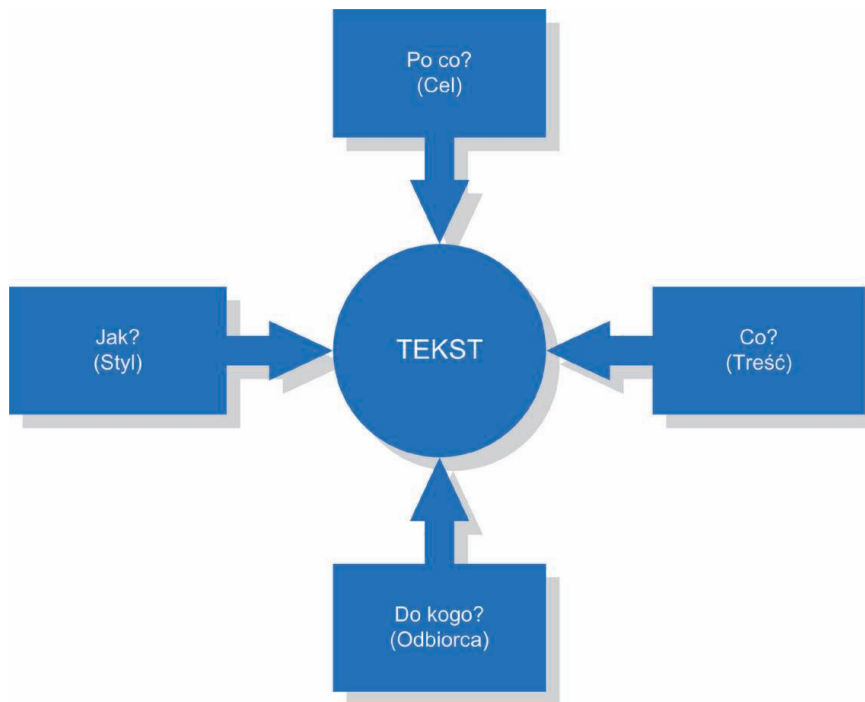
CZTERY PIERWSZE KROKI

cel, temat, odbiorca, styl

Owe cztery kroki to cztery pytania, które zawsze musimy sobie zadać na początku naszej pracy. Dopiero mając na nie odpowiedzi, możemy zacząć budować tekst.

- Po pierwsze – powinniśmy jasno zdawać sobie sprawę z tego, **po co** piszemy tekst? Czy chcemy kogoś o czymś poinformować, zachęcić do czegoś, o coś poprosić lub przed czymś przestrzec? Wybór ten decyduje w największym stopniu o ogólnym kształcie naszego tekstu.
- Po drugie – musimy wybrać temat, czyli odpowiedzieć sobie na pytanie: **o czym** piszemy? W naturalny sposób krok ten zależy od postawionego wcześniej celu.
- Po trzecie – skupiamy się na przypuszczalnym odbiorcy naszego tekstu – kim jest, co już wie? W tym miejscu odpowiadamy zatem na pytanie, **do kogo** piszemy?
- Po czwarte wreszcie – decydujemy, **w jaki sposób** ukształtujemy nasz tekst: jakie wzorce tekstowe wykorzystamy, jakiego języka użyjemy w naszej wypowiedzi?

Podsumowując – cztery elementy najistotniejsze dla ostatecznego efektu naszej pracy to: **cel, temat, odbiorca i styl**. Warto przyrzeć się im nieco bliżej.



Cel

- powinien być jasno sprecyzowany,
- powinien być łatwy do odczytania dla odbiorcy komunikatu.

Cel można utożsamić z intencją. Rzadko się zdarza, by tekst, zwłaszcza dłuższy, realizował tylko jedną intencję. Zwykle jest ich więcej. Pamiętajmy jednak, że jedna z nich zawsze powinna być najważniejsza. Ich nadmiar może utrudnić lub nawet uniemożliwić odbiorcy odczytanie nadrzędnego sensu stworzonego przez nas tekstu.

Temat

- powinien być zgodny z celem komunikatu,
- powinien być jeden,
- nie powinien zawierać niepotrzebnych informacji,
- powinien obejmować ilość informacji wystarczającą do jego zrozumienia.

Najważniejsza jest, oczywiście, zgodność z celem. Przykładowo, jeśli chcemy tylko o czymś poinformować, nie musimy od razu tego zachwalać. I odwrotnie – jeśli zależy nam na przekonaniu kogoś do czegoś, niekoniecznie musimy podawać wszystkie znane nam informacje na ten temat. Pamiętajmy, że pomieszczenie celów niemal zawsze powoduje rozmycie tematyki. Ono zaś może utrudnić zrozumienie tekstu.

Temat naszego tekstu powinien być jasno określony. Niektórzy językoznawcy twierdzą, że każdy sensowny – nawet wyjątkowo długi i wielowątkowy – tekst powinniśmy umieć streścić w jednym zdaniu określającym jego temat. Nadmierna dygresyjność tekstu może jedynie oddalić odbiorcę od tego, co chcieliśmy mu przekazać.

nie piszmy zbyt wiele

Musimy także pamiętać, że temat tekstu to nie wszystkie informacje, jakie umiemy z nim powiązać. Pisząc o najnowszym samochodzie, niekoniecznie musimy przytaczać całą historię motoryzacji. Ale i odwrotnie: nie możemy pominąć tego, co jest istotne dla danego zagadnienia. Zarówno zbyt szeroko, jak i zbyt wąsko ujęty temat może utrudnić skuteczną komunikację.

Odbiorca

- powinien być uwzględniany przez piszącego,
- powinien być precyzyjnie określony.

odbiorca jest ważny

Pisząc jakiś tekst, musimy jasno zdawać sobie sprawę z tego, do kogo go adresujemy. Od tego właśnie w dużym stopniu zależy wybrana przez nas forma. Nasi potencjalni odbiorcy różnią się wiekiem, statusem, wykształceniem, a przede wszystkim – posiadaną wiedzą. Inaczej zbudujemy wiadomość, by została ona zrozumiana przez osobę starszą, inaczej, gdy kierujemy tekst do młodzieży. Także sama tematyka będzie się zmieniać zależnie od tego, do kogo piszemy – co innego będzie ważne dla różnych grup odbiorców.

Bardzo istotne jest właśnie uwzględnienie wiedzy potencjalnego czytelnika. Gdy piszemy do profesjonalistów, możemy sobie pozwolić na znaczny stopień trudności tekstu. Wysoka kompetencja i tak umożliwi im odczytanie tekstu. Kiedy piszemy do „przeciętnego Polaka”, język i treść musimy koniecznie dostosować do jego potrzeb.

Styl

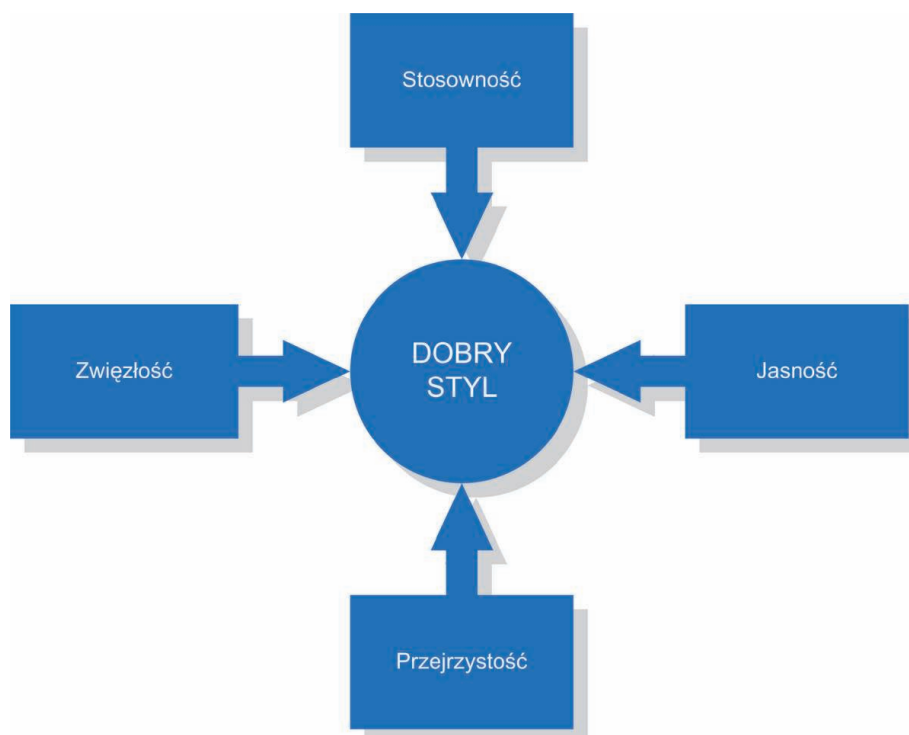
- powinien być stosowny,
- powinien być przejrzysty,
- powinien być jasny,
- powinien być zwięzły.

Czwarty krok – wybór stylu naszego tekstu – wynika bezpośrednio z kroków wcześniejszych. Już kilkakrotnie pojawiła się sugestia, że tekst jest jak budynek – nieprzypadkowo w polsz-

czyżnie proces tworzenia obu zjawisk nazywamy *budowaniem*. Kontynuujmy zatem tę metaforę. Przykładowo: tekst informacyjny przypomina wieżę widokową – ludzie wchodzą na nią, by uzyskać szerszą perspektywę, by móc spoglądać dalej.

CZTERY KOLEJNE KROKI

Skoro do tej pory określiliśmy już, po co stawiamy naszą konstrukcję (cel), jaki będzie miała charakter (tematyka) i dla kogo jest ona przeznaczona (odbiorca), zajmijmy się poszczególnymi elementami konstrukcji.



Piszmy stosownie – by nie psuć widoku

Podobnie jak architektura każdego budynku, styl każdego tekstu musi być dostosowany do trzech elementów:

przede wszystkim
stosowność!

- do otoczenia / sytuacji, w jakiej funkcjonuje,
- do wnętrza / tematyki,
- do odwiedzającego / czytelnika.

Po pierwsze, tak jak nie stawiamy nowoczesnego budynku w centrum starówki, nie stosujemy stylu nieoficjalnego w sytuacjach oficjalnych. Wszelkie kolokwializmy nie pasują do komunikacji formalnej (np. urzędowej czy naukowej), podobnie jak zbyt wyszukane słownictwo – do prywatnej rozmowy.

Po drugie, inny jest wystrój galerii handlowej, a inny – szpitala lub klasztoru: do omawiania spraw codziennych nie nadaje się np. słownictwo specjalistyczne. Z kolei o sprawach poważnych raczej nie powinniśmy pisać językiem żartobliwym a już szczególnie – rubasznym.

Po trzecie, inaczej projektuje się dyskotekę, inaczej – salę koncertową. Tak budynki, jak i teksty dostosowujemy do potencjalnego odbiorcy: czy to odwiedzającego, czy też czytelnika.

Ponadto warto zadbać, by styl był jednorodny – eklektyzm szkodzi tak architekturze, jak i literaturze.

Piszmy przejrzysto – aby zaprosić do środka

Zanim ktokolwiek zacznie czytać nasz tekst, spojrz na jego stronę wizualną. Jeśli fasada tekstu będzie go zniechęcać, nie będzie miał ochoty sprawdzać, co jest w środku. Musimy zatem zadbać o przejrzystość. W tym celu, po pierwsze, warto podzielić tekst na **akapity**. Powinny one odpowiadać poszczególnym segmentom treściowym. Pamiętajmy przy tym, że tekst ciągły nie zachęca do lektury, ale też zbyt jego „poszatkovanie” utrudnia odnalezienie myśli przewodniej.

Jeśli tylko można, stosujemy **wyliczenia** – ich forma sama narzuca dodatkowe uporządkowanie tekstu. Tę samą rolę odgrywają **pogrubienia** czy **podkreślenia** istotnych informacji. Z kolei wszelkie **tytuły** i **śródtytuły** pomagają orientować się w ogólnej architekturze naszego tekstu. Nie do przecenienia jest także rola **infografii** w teście.

pamiętajmy o grafice

Piszmy jasno – aby ugościć

Jeśli ktoś zdecyduje się wejść do naszego budynku, nie może się okazać, że trafił do labiryntu. Nasz tekst przede wszystkim powinien być zrozumiały. **Unikajmy skomplikowanego**, zwłaszcza specjalistycznego, **słownictwa**. Z tych samych powodów **nie stosujmy zbyt rozbudowanej składni**. Wielopiętrowe zdania w dużym stopniu utrudniają lekturę. W samych zdaniach dobrze zachować **naturalny szyk polszczyzny**: *kto + robi + co*, w całym teście zaś – **naturalny** (czyli bez zbędnych dygresji) **tok wyводу**. Pamiętajmy także o **poprawnej interpunkcji** – w polszczyźnie służy ona właśnie porządkowaniu informacji w zdaniu. Powyższe zalecenia umożliwią czytelnikowi swobodne wędrowanie przez tekst – bez ryzyka zbyt długich postojów.

Piszmy zwięźle – by zachęcić do powrotu

Każda wizyta, bez względu na to, jak przyjemna, po pewnym czasie zaczyna męczyć. Nie wydłużajmy sztucznie kontaktu czytelników z naszym tekstem. Ich celem jest przecież panorama widoczna ze szczytu, nie zaś mozolne pokonywanie kolejnych schodów. Ich odpowiednikami w tekście są wszelkie **pleonazmy** czy **niepotrzebne powtórzenia**. Składniowe „pęcznienie” tekstu to z kolei efekt zbyt wielu **konstrukcji analitycznych** oraz **zdań wielokrotnie złożonych**. Nagromadzenie w tekście takich elementów może pozostawić nie najlepsze wspomnienia z lektury.

Stosując się do powyższych zaleceń, zwiększamy swoją szansę na stworzenie dobrego, a przede wszystkim skutecznego tekstu. W kolejnych rozdziałach poradnika szczegółowo omówimy najważniejsze zjawiska utrudniające lub ułatwiające komunikację.

Konstrukcje analityczne to połączenia wielowyrazowe typowe dla stylu urzędowego i naukowego. Zastępują one krótsze i naturalne formy, czyniąc przez to wypowiedź bardziej rozwlekłą np. *nie mieć wiedzy – nie wiedzieć, w miesiącu marcu – w marcu*.





III

Poznajmy lepiej odbiorcę

Na początku tego poradnika pisaliśmy o roli, jaką w komunikacji odgrywa empatia. Jest to ważna umiejętność przejawiająca się przyjmowaniem przez autora tekstu punktu widzenia odbiorcy. Zanim pokażemy techniki pisania empatycznego, powinniśmy przyjrzeć się bliżej naszemu modelowemu czytelnikowi – „przeciętnemu Polakowi”. W końcu to o nim – w trakcie pisania – mamy nieustannie myśleć.

Portret modelowego czytelnika, który za chwilę przedstawimy, składa się z trzech powiązanych ze sobą profili. Będą to:

- profil percepcyjny – opis umiejętności czytania „przeciętnego Polaka”,
- profil poznawczy – opis sposobu myślenia i interpretowania świata przez naszego adresata,
- profil komunikacyjny – opis kompetencji komunikacyjnych oraz umiejętności tworzenia i rozumienia codziennych wypowiedzi.

Jako społeczeństwo jesteśmy bardzo zróżnicowani – także pod względem umiejętności mówienia, czytania oraz pisania. „Przeciętny Polak” jest zatem statystycznym uśrednieniem naszej różnorodności.



PROFIL 1

NIE RADZIMY SOBIE Z CZYTANIEM

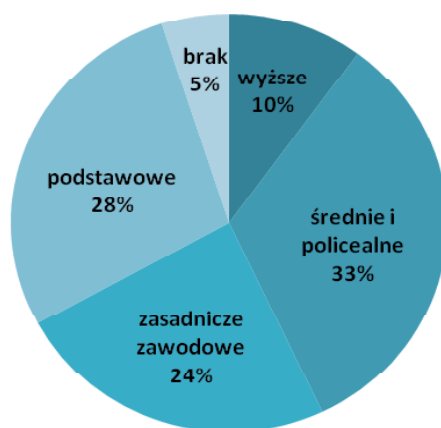
Zacznijmy od rzeczy podstawowej: tekst trzeba dostosować do możliwości percepcyjnych odbiorcy, a przede wszystkim – do jego umiejętności czytelniczych. Jak to wygląda w przypadku „przeciętnego Polaka”?

Wyniki badań na ten temat są dość przygnębiające. Prawie połowa Polaków nie przeczytała w ubiegłym roku żadnej książki. Pozostali przeczytali w tym czasie średnio jedną pozycję. Znaczna część tej grupy (40%) nie rozumiała tego, co czyta. I nawet

smutna diagnoza
czytelnictwa

jeśli te badania nie są wiarygodne (ponieważ nie uwzględniają czytelnictwa internetowego), możemy chyba stwierdzić, że autorzy tekstów o Funduszach Europejskich mają kolejny kłopot. Jako społeczeństwo niewiele wiemy o FE, nie rozumiemy też unijnego języka. Teraz okazuje się jeszcze, że nasze umiejętności czytania nie stoją na najwyższym poziomie.

Jest to, oczywiście, konsekwencja nieskutecznego systemu edukacji, który nie wykształca w nas nawyku codziennego czy-



wykształcenie Polaków

tania, zwłaszcza tekstów trudnych (prasa, literatura piękna, książki popularnonaukowe). Bez zmiany tego stanu rzeczy nie da się uzyskać wysokiego poziomu rozumienia tekstów publicznych. Brak częstych doświadczeń czytelnicznych sprawia, że czytamy wolno i pamiętamy niewiele. Na przykład polscy licealiści czytają ze średnią prędkością

ok. 180 słów na minutę i zapamiętują tylko połowę informacji z tekstu. Czytanie sprawne zaczyna się od 200 słów na minutę i pozwala zapamiętać ponad 60% informacji.

Poziom trudności tekstu powinien być dopasowany do możliwości czytelnika. Doskonale wiemy, jak trudno czyta się teksty specjalistyczne: prawnicze, medyczne czy naukowe. Niektóre książki po prostu nas odrzucają. Im trudniejszy tekst, tym mniej osób po niego sięgnie. To prawo odkrył w 1952 roku Robert Gunning, amerykański biznesmen inwestujący w branżę wydawniczą. Według Gunninga redakcje czasopism czy wydawnictw powinny wiedzieć, komu chcą sprzedać swój produkt. Każdy krąg odbiorców wymaga bowiem osobnego traktowania. Czasem trzeba obniżyć poziom językowy, żeby zyskać klienta. To jest klucz do finansowego sukcesu.

Wyobraźmy sobie, że mamy urlop. Postanowiliśmy spędzić go w Tatrach. Jesteśmy w Zakopanem, panuje piękna, słoneczna pogoda, niebo bez chmur zachęca do wycieczek. Którym szlakiem pójdziemy? Trzeba mierzyć siły na zamiary! Jeżeli jesteśmy dobrymi wyczynowymi piechurami, zdobędziemy Rysy. Jeżeli nasze możliwości są skromne, wybierzemy się tylko na Gubałówkę. Jeśli z naszą kondycją jest kiepsko, pozostanie

nam spacer po Krupówkach. Fryzjer marzący o własnym salonie nie otworzyłby go na szczycie Rysów. Mało prawdopodobne, by skusiła go Gubałówka. Zakład fryzjerski mógłby za to powstać na Krupówkach! Taka inwestycja z pewnością opłacałaby się bardziej niż poprzednie.

Ze wzrostem wysokości nad poziom morza maleje bowiem liczba klientów. Najwięcej osób odwiedza Krupówki, mniej – Gubałówkę (mimo wszystko dość popularne miejsce), najmniej dotrze na szczyty gór. Dla naszego fryzjera ta wskazówka może okazać się kluczowa. Jeżeli chce sprzedać klientom swoje usługi, nie może narażać ich na zbyt wielki wysiłek.

Pisząc teksty, starajmy się zatem myśleć o wszystkich. Oczywiście, przygotujmy ofertę komunikacyjną dla zaawansowanych taterników, pamiętajmy jednak o tych, którzy nie chcą się mierzyć z wielkimi górami i wolą pozostać turystami. Oni potrzebują naszej pomocy najbardziej.

Skąd wiemy, że tekst nie jest łatwy? Gunning wymyślił wzór na mierzenie stopnia trudności. Teksty trudne to po prostu takie, które rozumieją tylko gruntownie wykształceni ludzie. Jak to wygląda w Polsce? – Według danych GUS wykształcenie wyższe ma co dziesiąty Polak, średnie – co trzeci, podstawowe i zawodowe – co drugi.

Teksty nie powinny być za trudne. „Tym więcej sprzedam gazet, im prościej będę w nich pisać”. Ta złota zasada przyświeca redakcjom tabloidów. Popularną gazetę tworzy się w ten sposób, by rozumiało ją 95% dorosłego społeczeństwa (osoby z wykształceniem co najmniej podstawowym). Mało tego, dziennikarze – często uznani, a nawet wybitni – kiedy trafiają do redakcji tabloidu, muszą się tego języka uczyć od podstaw, a opanowanie tej sztuki zajmuje im sporo czasu.

Niektórych tekstów nie da się zrozumieć bez wielu lat nauki. Szczególnie trudne są dokumenty prawne i teksty prawnicze: ustawy, akty prawne, rozporządzenia sejmowe. Dobry prawnik uczy się rozumienia przepisów prawa od 20 do nawet 30 lat.

Gunning nazwał swój współczynnik trudności tekstu wskaźnikiem mglistości (ang. FOG, łatwo zapamiętać!). Wróćmy na chwilę w Tatry. W wysokich górach mgła pojawia się często. Im jest większa, tym słabsza jest widoczność, a obiekt, na który

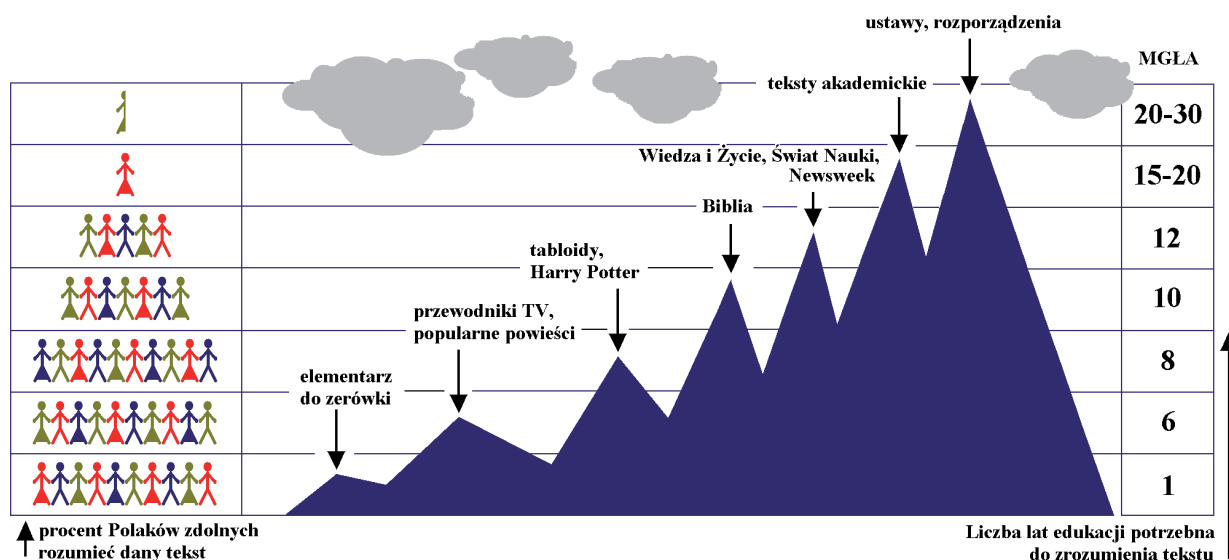
FOG – indeks
mglistości tekstu

Pisanie o Funduszach Europejskich wymaga przygotowania nowego, zrozumiałego języka. Czytamy niechętnie, mało i wolno. Zwykle zapamiętujemy co najwyżej połowę informacji z czytanego tekstu.



patrzemy – nieostry. Mglistość tekstów prawnych jest szczególnie gęsta i uciążliwa. Z drugiej strony, najmniej zamglone są elementarze dla dzieci, popularne powieści, przewodniki TV, bestsellery typu *Harry Potter* i właśnie polskie tabloidy. Liczba czytelników tych ostatnich idzie w miliony.

Poziom trudności różnych tekstów zapisanych w języku polskim przedstawia poniższy rysunek.



Wróćmy jednak do Funduszy Europejskich. Skoro nie jesteśmy w stanie zmienić systemu edukacji, potrzebujemy nowego języka, którym będziemy się komunikować ze społeczeństwem. O FE nie można pisać językiem skomplikowanym, przypominającym dokumenty urzędowe, ale nie można też pisać w sposób wyrafinowany pod względem retorycznym i stylistycznym. Ten nowy styl pisania powinien być przede wszystkim zrozumiały – przynajmniej dopóki nie wzrośnie wiedza Polaków o FE, a nasze szkoły nie zaczną kształcić sprawniejszych czytelników.

PROFIL 2 MYŚLIMY POTOCZNIE

Mimo wielkiego zróżnicowania naszego społeczeństwa, jest coś, co łączy wszystkich Polaków. Chodzi o tworzący rdzeń naszej tożsamości, przyswajany w dzieciństwie sposób myślenia – o tzw. styl potoczny. Owa potoczność – jako codzienny światopogląd – wpływa na nasz sposób myślenia o świecie, narzuca określony zestaw wartości i w końcu warunkuje nasz język i możliwości rozumienia wszelkich wypowiedzi.

Autorzy piszący o Funduszach Europejskich powinni zatem zapamiętać pierwszą ważną radę:

**Jeśli chcesz, by ludzie dobrze cię rozumieli,
dostosuj tekst do potocznego sposobu myślenia o świecie.**

Jakie elementy składają się na myślenie potoczne?

cechy myślenia
potocznego

Najbardziej podstawową cechą myślenia potocznego jest antropocentryzm. Człowiek znajduje się w centrum świata i sam ten świat organizuje. W działaniu tym jest dość egotyczny. Myśli zwykle przez pryzmat siebie lub swoich bliskich, swojego najbliższego otoczenia czy środowiska (lokalność). Doświadcza rzeczywistości sensorycznie, czyli za pomocą wszystkich zmysłów (a najbardziej wzroku, słuchu i dotyku). Patrząc na świat, zwykły człowiek szuka w nim cech samego siebie (antropomorfizm), a kiedy doświadcza zjawisk trudnych i abstrakcyjnych, nie może o nich myśleć inaczej niż za pomocą własnych doświadczeń zmysłowych (metaforyzacja sensoryczna). Jeżeli zaś chodzi o potoczny sposób wartościowania i podejmowania decyzji – procesami tymi kieruje zdrowy rozsądek – nasza zbiorowa racjonalność.

Co z tego wynika dla autorów piszących dla „przeciętnego Polaka”? – Otóż każdą cechę składową myślenia potocznego można zamienić w ogólną zasadę skutecznej komunikacji:

	ZASADA	JAK TO DZIAŁA?
antropocentryzm	Zasada 2P <i>zawsze personalizuj i personifikuj tekst</i>	Obie zasady wykorzystywane są w mediach. Prezenterzy telewizyjni zwracają się coraz częściej „per Ty” do widzów, a gazety codzienne pełne są zdjęć ludzkich twarzy (personalizacja). Jeśli zaś tematem relacji medialnych nie są ludzie, dziennikarze personifikują to, o czym mówią (np. <i>Polska nie zgadza się na dyrektywę; PiS domaga się odwołania ministra</i>).
egotyzm	Zasada korzyści odbiorcy <i>podkreślaj konkretne korzyści dla odbiorcy</i>	Teksty reklamowe rzadko przedstawiają obiektywne cechy zachwalanych produktów. Częściej wskazują natomiast konkretne korzyści, jakie reklamowane produkty przyniosą kupującemu (<i>puszyste włosy, śnieżnobiała koszula</i>).
lokalność	Zasada lokalizacji <i>osadź tekst w realiach życiowych odbiorcy</i>	Teksty dubbingu popularnych filmów typu <i>Shrek</i> są lokalizowane: tłumacze wstawiają do nich odwołania do polskiej kultury, tradycji, a nawet sytuacji społeczno-politycznej.
sensoryczność	Zasada wielozmysłowości <i>angażuj wszystkie zmysły</i>	W Polsce chyba każdy sprzedawca był szkolony pod tym względem. Musi rozpoznać dominujący wzorzec percepcji (wzrok, słuch, dotyk) i dostosować do niego swoje działania. Wzrokowcowi – pokazać piękny katalog z produktem, słuchowcowi – pięknie o nim opowiadać, a kinestetykowi – wręczyć produkt do ręki.

metaforyzacja sensoryczna	Zasada metaforyzacji <i>o rzeczach trudnych lub nieznanych pisz tylko metaforą</i>	Nie każdy musi rozumieć, czym jest cena, i jaki jest jej związek z popytem i podażą. W codziennym doświadczeniu wystarczy nam wiedza, że cena danych produktów „rośnie”, przez co stają się one nieosiągalne jak owoce na wysokim drzewie, lub „spada”, co sprawia, że możemy je zdobyć bez wysiłku (podnosząc je jak owoce z ziemi).
zdrowy rozsądek	Zasada akceptowalności <i>tekst nie musi być logiczny, musi być akceptowalny</i>	Codzienny język nie zawsze jest logiczny. Logiki nie należy też wymagać od tekstów. Słowo „na” zgodnie z logiką powinno oznaczać sytuację ‘X jest powyżej Y-a i X dotyka Y-a’. Tymczasem mówimy przecież „na ścianie jest duża plama” i „muchy siedzi na suficie”. Logika jest w tym wypadku mniej istotna niż oczywistość tych użyc.

PROFIL 3

MÓWIMY POTOCZNIE

Opisany wyżej potoczny sposób myślenia jest czymś w rodzaju programu, według którego działamy. Dotyczy to nie tylko naszych zachowań i postaw, ale także języka, którego używamy. Program ten podsuwa nam tematy do rozmów, podpowiada słowa, których mamy używać, a przede wszystkim pomaga zrozumieć wypowiedzi innych oraz samą rzeczywistość.

Styl potoczny jest bardzo zróżnicowany. Występuje zarówno w wersji mówionej, jak i pisanej, starannej oraz swobodnej (ekspresywnej). Jak zatem wygląda styl potoczny, czyli język dla wszystkich Polaków najbardziej zrozumiały i naturalny? Jego cechy widoczne są wyraźnie na poziomie słownictwa, używanych reguł gramatycznych i zasad organizacji wypowiedzi. Wszystkie trzy grupy zjawisk postaramy się teraz skrótowo omówić.

Słownictwo codzienności

- Minimalny zasób słów „przeciętnego Polaka” to 800 wyrazów. Zbiór ten pozwoliłby nam zaspokoić jedynie podstawowe i pierwotne potrzeby. Normalne funkcjonowanie w społeczeństwie wymaga już około 2700 wyrazów (jest to tzw. zasób podstawowy).
- W naszym osobistym słowniku najwięcej jest wyrazów określających człowieka jako jednostkę (44%), a także człowieka jako członka społeczeństwa (44%). Trzecia, znacznie mniejsza, grupa wyrazów podstawowych dotyczy środowiska, w którym żyjemy (np. natura, miasto – łącznie około 11%).

- W słownictwie podstawowym dominują wyrazy konkretne (nazwy obiektów fizycznych), słowa abstrakcyjne stanowią tutaj rzadkość.
- Na co dzień używamy najczęściej wyrazów krótkich (maksymalnie do 4 sylab).
- Mówiąc spontanicznie, wolimy powtarzać te same słowa, niż używać synonimów.
- Co czwarty wyraz ekspresywny używany jest jako metafora.
- Bardzo ważną funkcję w słownictwie potocznym pełnią związki frazeologiczne.

Co ciekawe: wystarczy znać ok. 100 wyrazów dowolnego języka, żeby rozumieć co drugie słowo w rozmowie (nauka języków obcych powinna być prosta!). Te sto najbardziej znanych wyrazów przypomina trochę prawdziwych celebrytów. Wszyscy o nich mówią, wszyscy nimi się posługują, wszyscy je rozpoznają. Raz do roku *Forbes* drukuje listę najbogatszych ludzi świata. Gdyby w plebiscycie tym wprowadzić kategorię „najpopularniejsze słowa”, ranking dla polszczyzny wyglądałby tak:

NR NA LIŚCIE	ZNANE SŁOWA	FREKWENCJA W BAZIE PAN
1	w	7 415 063
2	i	4 170 396
3	z	3 752 897
4	na	3 284 454
5	się	2 858 907
6	do	2 566 407
7	nie	2 504 353
8	ten	2 320 062
9	być	2 200 429
10	o	1 883 457
(...)		
20	po	779 175
30	dla	564 318
40	móc	427 237
50	pierwszy	335 173
60	osoba	312 010
70	jeszcze	280 502
80	miejsce	249 906
90	jaki	232 528
100	dobry	219 183

Tymi najczęstszymi wyrazami są w większości słowa funkcyjne (np. *w, i, z* itp.), trafiają się jednak w pierwszej setce wyrazy samodzielne znaczeniowo, np. *osoba, miejsce, być, móc, pierwszy* czy *dobrze*. Zmiana składu listy STU to dla językoznawcy cenna wskazówka. W różnego typu tekstach celebrytami mogą stawać się inne słowa. Odmienne gatunki tekstów to jakby całkowicie różne światy, z własną śmietanką towarzyską, z własną elitą wyrazów modnych. Na przykład w książkach kucharskich furorę robią wyrazy typu *sól, mąka, cukier, dekagram, szczypta, szklanka, łyżka, łyżeczka, zetrzeć, obrać, ugotować* itp. W relacji z meczu piłkarskiego pojawią się zaś inne popularne słowa, zapewne: *mecz, piłka, podanie, rzut rożny, faul, karny, główka, piąstkować* itp.

słowa klucze – wyrazy
o najwyższej frekwencji
w danym tekście

Takie słowa popularne w określonym typie tekstów, które nie znajdują się na ogólnopolskiej liście rankingowej, nazywamy słowami kluczami. Są to klucze do zrozumienia istoty opisywanego świata, ale i również mentalności ludzi, którzy o nim komunikują.

O najbardziej znanych słowach w tekstach o Funduszach Europejskich jeszcze napiszemy.

Gramatyka codzienności

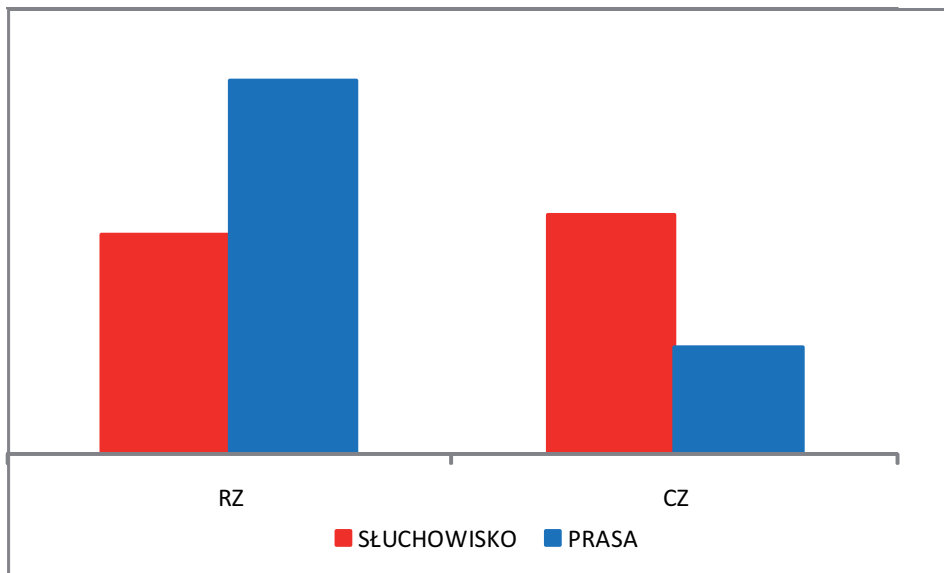
- W języku potocznym ciekawie wyważone są proporcje poszczególnych części mowy. W codziennych wypowiedziach najczęściej występują zaimki i partykuły. Pierwsze pozwalają mówić o ludziach i rzeczach lub je po prostu wskazywać, drugie – rytmizują tekst, pozwalają się na chwilę zatrzymać i zastanowić, pomagają utrzymać kontakt z odbiorcą itp. Słowami zwiększającymi dynamiczność tekstu są czasowniki. Zajmują one trzecie miejsce w tekście. Natomiast rzeczowniki – wyrazy nazywające w świecie to, co stałe i niezmiennie – oraz przymiotniki – wyrazy pozwalające świat opisywać i wartościować – nie są statystycznie istotne.
- W warstwie słownictwa ekspresywnego najliczniejsze są już jednak rzeczowniki. Sporo z nich ocenia nazywane obiekty negatywnie.
- W tekstach potocznych dominują zaimki osobowe (*ja, ty, my, wy, on*), zwroty bezpośrednie do rozmówców i nazwy różnych osób.
- Używamy krótkich zdań, najczęściej złożonych współrzędnie. Zdania wielokrotnie złożone są rzadkością.

rzeczowniki
wstrzymują świat

Codzienne wypowiedzi

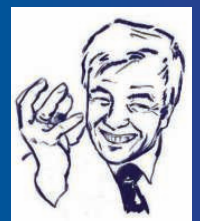
- Najczęściej opowiadamy historie – one nas inspirują i pobudzają do myślenia.
- Preferujemy naturalny (chronologiczny) porządek zdarzeń.
- O rzeczach trudnych, nieznanych lub abstrakcyjnych mówimy tak, jakby było one obiektami poznawalnymi za pomocą zmysłów (metaforyzacja).

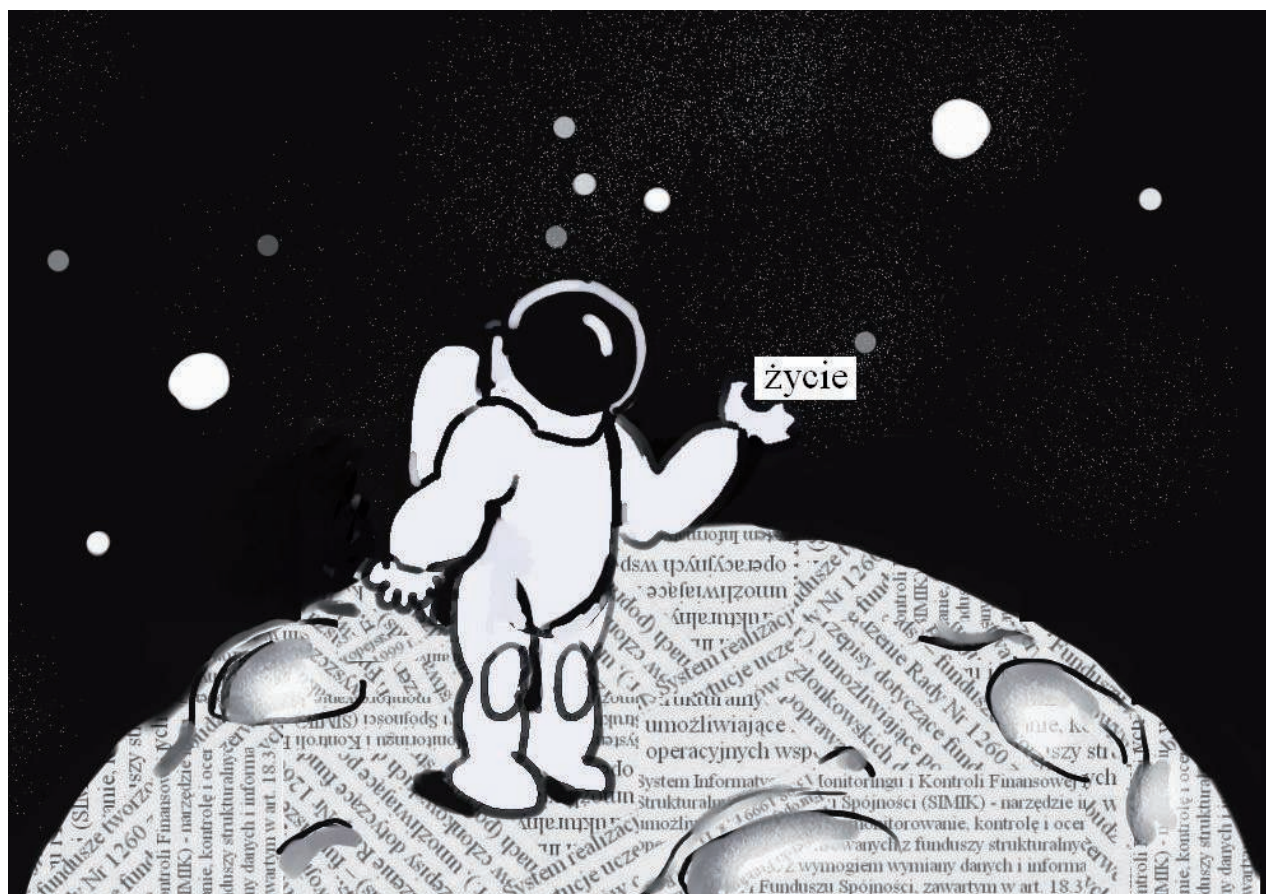
Spójrzmy teraz na poniższy rysunek. Porównaliśmy na nim liczebność rzeczowników i czasowników w dwóch różnych gatunkach tekstów: w słuchowisku radiowym i w prasie (drobne wiadomości prasowe).



W wiadomościach prasowych liczba rzeczowników przeważa nad liczebnością czasowników. Inaczej jest w słuchowiskach radiowych: tu czasownik jest częstszy. Proporcje części mowy są jak linie papilarne. Stanowią niezatarte piętno każdego tekstu. Duża liczba czasowników ułatwia rozumienie słuchowiska. Duża liczba rzeczowników utrudnia odbiór notatki prasowej. Czasowniki odnoszą się do tego, co się dzieje, co kto robi, w jakim jest stanie (np. *pada*, *pisze*, *śpi*). Duża liczba rzeczowników sprawia, że tekst staje się nieprzejrzysty, mało przyjazny człowiekowi, jakby bez życia. Świat wiadomości prasowych z pewnością trudniej zrozumieć niż świat słuchowiska radiowego. Słuchowisko radiowe jest bliższe potocznej polszczyźnie mówionej. Wiadomości prasowe nie opowiadają niczego – po prostu opisują świat.

○ FE nie można pisać językiem skomplikowanym, przypominającym dokumenty urzędowe, ale nie można też pisać w sposób artystyczny, wyrafinowany pod względem retorycznym i stylistycznym.





IV

Trudne wybory stylistyczne

W poprzednim rozdziale stwierdziliśmy, że pisząc o Funduszach Europejskich do masowego odbiorcy – „przeciętnego Polaka”, nie mamy wyboru. Jedyny sposób na ułatwienie zrozumienia tekstu i skuteczne przekazanie informacji to pisanie w stylu potocznym, czyli z perspektywy zwykłego człowieka.

Pamiętajmy tylko, że *potoczność* rozumiemy tu inaczej niż się ją definiuje na przykład w szkole. W szkolnej wersji styl potoczny to język gorszy, prostacki, nacechowany ekspresywnie, bardzo często wulgarny i niepoprawny – w przeciwieństwie do języka literackiego.

codziennosc to nie
wulgarnosc

Dla nas potoczność to coś zupełnie innego. To nasz podstawowy filtr, przez który patrzymy na świat. On – od dziecka – kształtuje nasz sposób myślenia i komunikowania się z innymi. Oczywiście, w potoczności sporo jest skrajnych emocji, wartościowania i wulgarności – takie słownictwo to tzw. rejestr swobodny, ekspresywny. Znacznie ważniejsze są jednak wyrazy potoczne używane przez ludzi codziennie, ale bez emocji. One mówią najwięcej o nas samych, o naszym życiu i środowisku, w którym przebywamy. Te słowa to: *matka, jeść, pić, spać, dom, kochać, głowa, pies, miasto, ulica, ciało, mój, ja, ty* itp.

Rozdział ten zaczniemy od przedstawienia najważniejszych cech stylistycznych tekstów o FE. Będzie to swego rodzaju diagnoza. Porównamy ten styl z innymi typami komunikacji społecznej – tylko wtedy możemy zyskać wyraźny obraz. Następnie napiszemy o wielkich manierach językowych, czyli cechach dzisiejszych tekstów, które konieczne trzeba zmienić lub poprawić. Na koniec – zaproponujemy kilka strategii i technik, które sprawią, że pisane przez nas teksty będą bardziej podobne do codziennej, potocznej komunikacji.

Musimy wiedzieć:

- Jakie są najważniejsze cechy stylistyczne tekstów o FE?
- Jakie są teksty o FE w porównaniu z innymi stylami?
- Co w tekstach o FE trzeba koniecznie zmienić?



CO MÓWIĄ LICZBY?

Jaki jest styl tekstów o FE z punktu widzenia statystyki? – Spróbujemy odpowiedzieć na to pytanie w trzech krokach.

Po pierwsze, określimy poziom mglistości tekstów (FOG).

- Po drugie, wyliczymy proporcje pomiędzy czasownikami a rzeczownikami użytymi w tekstach.
- Po trzecie, omówimy listę słów kluczy.

Przypomnijmy – **wskaźnik mglistości tekstu (FOG)** mówi o tym, czy tekst jest trudny, czy łatwy. Indeks ten opisuje wyłącznie wstępny proces rozumienia tekstu – składanie wyrazów w zdania i sumowanie ich znaczeń dosłownych.

Proporcje dwóch podstawowych części mowy to kolejny



Analizując styl dowolnych tekstów, warto porównywać odkryte cechy z innymi stylami i dyskursami. Tylko takie wielostronne porównanie może dać wiarygodne wyniki.

wskaźnik cech stylowych. Tym razem chodzi jednak o skłonność do dynamizowania narracji. Jeśli w tekście przeważają czasowniki, styl jest dynamiczny, jeśli rzeczowniki – statyczny.

Trzeci punkt badań to **frekwencja wyrazów**. Obserwując słownictwo danego stylu, skupiamy się przede wszystkim na tzw. słowach kluczach. Porównanie słów ważnych dla poszczególnych stylów ułatwia rekonstrukcję systemu wartości, ale też dobór wyrazów w trakcie pisania.

Mgła w tekstach o FE

Przypomnijmy sobie salon fryzjerski w Tatrach. Fryzjer marzący o własnym zakładzie zainwestowałby w salon na Krupówkach. Mało bowiem prawdopodobne, by ktoś chciał się ostrzyć na Gubałówce, a już zupełnym absurdem byłoby otwarcie biznesu fryzjerskiego na szczycie Rysów. Im wyżej, tym trudniej się wspiąć, tym mniej osób podejmuje wysiłek wędrówki. Fryzjer musi to uwzględnić w swoich planach. Sprzedaje usługi, musi więc zadbać, by jak najwięcej osób mogło z nich skorzystać.

Wskaźnik mglistości wszystkich tekstów o FE wynosi 15. Co to oznacza? Oznacza to, że teksty o FE przeczytają ze zrozumieniem ci, którzy ukończyli studia licencjackie. Policzmy: 6 lat szkoły podstawowej + 3 lata gimnazjum + 3 liceum + 3 lata studiów = 15 lat edukacji. Czy to dużo, czy mało?

Nie dowiemy się tego, póki nie porównamy wyniku FE z wynikami innych tekstów.

teksty o FE –
zrozumiałe tylko dla
dobrze wykształconych

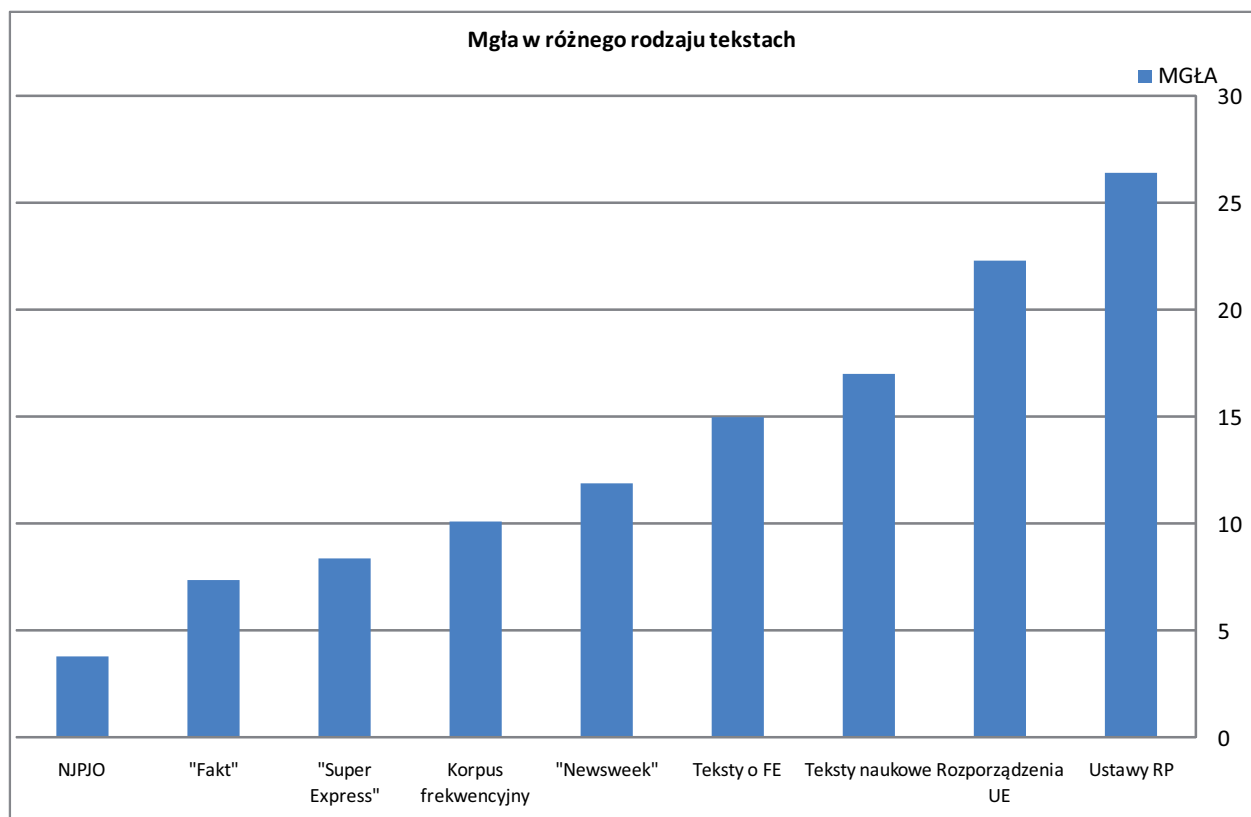
Spróbujmy porównać mglistość tekstów o Funduszach Europejskich z innymi gatunkami wypowiedzi. Oto ich lista:

- **podręczniki do nauki języka polskiego jako obcego** (NJPJO),
- **tabloidy** (*Fakt* i *Super Express*),
- **tygodnik opinii** (*Newsweek*),
- **teksty naukowe** (z dziedziny językoznawstwa),
- **teksty prawne** (ustawy Rzeczypospolitej Polskiej oraz tłumaczone rozporządzenia Unii Europejskiej).

Najważniejszym odnośnikiem w naszych badaniach był jednak **Korpus frekwencyjny języka polskiego**. Jest to ogromny zbiór tekstów gromadzonych przez językoznawców. W skład korpusu wchodzi zrównoważone ilościowo losowe próbki tekstów z różnych dziedzin i odmian stylowych. Można zatem powiedzieć, że korpus ten jest odzwierciedleniem współczesnej polszczyzny.

Mglistość (wskaźnik FOG) owych odmian języka polskiego wyliczył program komputerowy.

Wyniki przedstawia rysunek:



Jakie z tych badań wynikają wnioski? Teksty o Funduszach Europejskich nie są najtrudniejsze. Znajdują się mniej więcej pośrodku drogi z Krupówek na Rysy. Większego wysiłku

od czytelnika wymagają akty prawne (mglistość powyżej 20) i teksty naukowe (mglistość 17). Z drugiej strony, „przeciętny Polak” posługuje się prostym językiem (*Korpus frekwencyjny* jest na poziomie 10, *Newsweek* – 12, tabloidy – 8). Teksty o FE nie są najtrudniejsze, ale do najłatwiejszych też nie należą.

Autorzy publikacji o Funduszach Europejskich mogliby pisać prościej.

Prosty tekst zrozumie przeciętny Polak, który dobrze sobie radzi z mglistością na poziomie 10.

Jak uprościć tekst? Aby obniżyć wskaźnik mglistości w tekstach o funduszach, wystarczą dwa kroki:

**Stawiajmy jak najczęściej kropkę
(im więcej kropek, tym zdania będą łatwiejsze).**

**Unikajmy długich i trudnych wyrazów
(krótkie słowa łatwiej zapadają w pamięć).**

KRÓTKIE ZDANIA

Długie zdania ciężko się czyta. Zanim dotrzemy do kropki, często zapominamy, co było na początku. Z przebadanych komputerowo tekstów najwięcej długich zdań znaleźliśmy w ulotkach informacyjnych i w instrukcjach. Czy łatwo zrozumieć takie zdanie?:



Inwestycje w innowacje oraz badania i rozwój, budowa szerokopasmowej sieci internetowej, wsparcie ośrodków akademickich, rozbudowa infrastruktury transportowej poprawiającej dostępność komunikacyjną regionu, projekty wspierające rozwój turystyki biznesowej – to jedynie część działań realizowanych w ramach programu, które mają przyspieszyć tempo rozwoju Polski wschodniej.

A takie?:



Wszelkie zmiany i edycja wniosku o dofinansowanie powodują zmianę sumy kontrolnej – po wydrukowaniu wniosku, a następnie zmianie dowolnego znaku w generatorze należy ponownie wydrukować całość wniosku (niemożliwa jest „podmiana” jednej lub kilku stron w całym wydruku), w przeciwnym razie sumy kontrolne na poszczególnych stronach nie będą ze sobą zgodne.

Pamiętajmy o złotej zasadzie: Jak najwięcej kropek! Spróbujmy podzielić te wypowiedzi na mniejsze fragmenty:

Inwestujemy w innowacje oraz badania i rozwój. Budujemy szerokopasmową sieć internetową. Wspieramy ośrodki akademickie. Rozbudowujemy infrastrukturę transportową, która poprawia dostępność komunikacyjną regionu. Wspieramy rozwój turystyki biznesowej. – To jedynie część działań realizowanych w ramach programu. Mają one przyspieszyć tempo rozwoju Polski wschodniej.



A drugie zdanie? Koniecznie trzeba usunąć nawiasy:

wtrącenia nawiasowe
utrudniają odbiór

Wszelkie zmiany i edycja wniosku o dofinansowanie powodują zmianę sumy kontrolnej. Jeżeli wydrukowaliśmy wniosek, a potem zmieniliśmy dowolny znak w generatorze, powinniśmy jeszcze raz wydrukować cały wniosek. W przeciwnym razie sumy kontrolne na poszczególnych stronach nie będą ze sobą zgodne. Pamiętajmy, że niemożliwa jest podmiana jednej lub kilku stron w całym wydruku.



W tekstach o funduszach pojawiają się też zdania krótkie. Najwięcej znaleźliśmy ich w e-mailach i w publikacjach promocyjnych MRR:

Tylko na inwestycje związane z rozbudową szkół wyższych władze województwa przeznaczyły z Funduszy Europejskich ponad 86 mln euro. Pieniądze te będą wydawane do 2015 roku. Wiele już się udało zrobić za unijne pieniądze. Zbudowane zostało niezwykle nowoczesne i funkcjonalne Auditorium Maximum Uniwersytetu Jagiellońskiego. Jest ono pozbawione barier architektonicznych i przyjazne osobom niepełnosprawnym. [*Polska. The Times*]



Szanowny Panie,
Centralny Punkt Informacyjny informuje jedynie o możliwości dofinansowania projektów ze środków funduszy europejskich – dostępnych działań, dokumentacji, procedur. Kwestie wypełniania wniosku o dofinansowanie pozostają w gestii samego wnioskodawcy. W razie problemów służymy, oczywiście, radą w zakresie wypełniania aplikacji.
Z poważaniem,
XY



Starajmy się pisać tak, jakbyśmy rozmawiali z drugim człowiekiem twarzą w twarz. W zwykłej rozmowie posługujemy się zdaniami krótkimi, bo chcemy być dobrze rozumiani. Stawiamy więc jak najwięcej kropek, a tam, gdzie pojawia się wyliczenie, stosujemy wypunktowanie.

UŻYWAMY TYLKO KRÓTKICH WYRAZÓW

Wyrazy długie mają więcej niż trzy sylaby. Spowalniają znacząco tempo przyswajania tekstu. Najwięcej słów o skomplikowanej budowie nasz komputer odnalazł w broszurach poświęconych funduszom. Oto lista słów wynotowanych z krótkiego fragmentu broszury informacyjnej *Proces ewaluacji PO RPW*:

de-fi-ni-cja [4 sylaby]	e-wa-lu-a-cja [5 sylab]
in-sty-tu-cja [4 sylaby]	re-gu-lu-ją-cy [5 sylab]
pla-no-wa-nie [4 sylaby]	e-wa-lu-a-cy-jny [6 sylab]
re-a-li-za-cja [5 sylab]	u-pow-szech-nia-nie [5 sylab]

Spróbujmy wymówić te wyrazy – z niektórymi będziemy mieć problem. Trudności pojawią się także w cichej lekturze. Duża liczba długich wyrazów spowalnia proces rozumienia tekstu.

niektórych słów
nie da się zastąpić

Jak uniknąć tego typu słów? Czy zdołamy wyeliminować je wszystkie? Przecież niektóre wyrazy po prostu muszą być użyte w tekście, bo nie mają odpowiedników. Spójrzmy na trzy przykładowe terminy: *ewaluacja*, *instytucja* (*zarządzająca*) i *rekomendacje*. W komunikacji administracyjnej (wewnętrznej) możemy je pozostawić – są powszechne i akceptowane. Jeśli natomiast piszemy tekst do przeciętnego Polaka, pozostać może wyłącznie termin *instytucja* – nie da się go niczym zastąpić. Pozostałe dwa wyrazy: *ewaluacja* i *rekomendacje* bez trudu można wymienić na słowa prostsze i popularniejsze, np. *ocena*, *badania* i *zalecenia* czy *radę*. Pisząc o funduszach do zwykłych Polaków, pamiętajmy zatem o trzech dobrze sprawdzonych regułach postępowania:

- zastąpić wyraz długi krótkim lub bardziej znanym,
- zmienić swoją wypowiedź tak, żeby w miejscu długiego rzeczownika pojawił się krótki czasownik,
- zastanowić się, czy zdanie, w którym występuje długi wyraz, jest w ogóle potrzebne.



W niniejszej publikacji przedstawiono znaczenie ewaluacji dla skutecznej realizacji Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej (PO RPW) na lata 2007-2013.



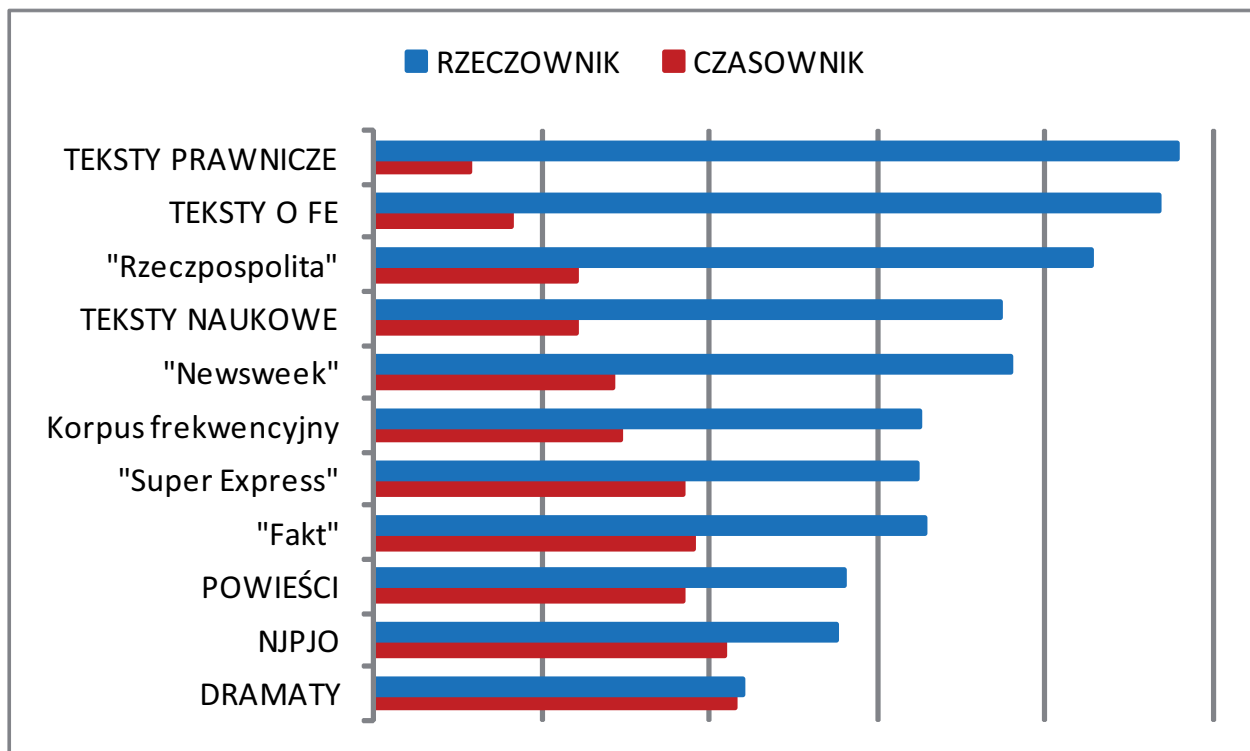
W tej broszurze piszemy o tym, jak ważna są badania w skutecznym wcielaniu w życie Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej (PO RPW) na lata 2007-2013.

Pamiętajmy: usunięcie choćby jednego trudnego wyrazu przyniesie i autorowi, i czytelnikom podstawową korzyść – choć trochę obniży poziom mglistości tekstu.

Czasownik kontra rzeczownik

Czasowniki i rzeczowniki pojawiają się w każdym tekście, jednak nie w każdym tekście występują w tych samych proporcjach. Trudne teksty mają dużo rzeczowników i mało czasowników. W łatwych tekstach rzeczowników jest mniej, za to czasowników – więcej. Czasowniki sprawiają, że teksty przestają być statyczne i zaczynają żyć. Słowa typu *być, sprawdzać, działać, realizować* itp. budzą w naszej wyobraźni pozytywne skojarzenia z ruchem, ze zmianą, z pulsującym życiem. Rzeczowniki opisują statyczny świat. Rzeczownik użyty w nadmiarze zamienia żywy tekst w martwą skałę. Wyrazy: *byt, cisza, publikacja, gospodarka* – same w sobie nie oznaczają zmiany, nie są zanurzone w czasie, nie utworzą wciągającej historii.

Porównaliśmy wzajemne relacje między częściami mowy w różnych tekstach:



Teksty bliskie mowie codziennej (dramaty, podręczniki dla cudzoziemców, popularne powieści) mają więcej czasowników i mniej rzeczowników. Skomplikowane teksty prawne mają ogromną liczbę rzeczowników i niewielką czasowników.

Teksty o FE okazały się trudniejsze od wiadomości *Rzeczpospolitej*, od tekstów naukowych, *Newsweeka* i – co najgorsze – od tekstów zrozumiałych dla „przeciętnego Polaka” (*Korpus frekwencyjny języka polskiego*, tabloidy). Nasze publikacje zbliżają się, niestety, do poziomu trudności języka prawnego.

Jak temu zaradzić? Jak zwiększyć udział czasowników w słownictwie Funduszy Europejskich? Następujące środki powinny dać pożądaną efekt:

- Zastąpmy opis – opowiadaniem.
- W trakcie pisania tekstów myślimy o odbiorcy.
- Stawiamy często kropki – nie tylko skróci to zdania, lecz również spowoduje pojawienie się czasowników.
- Mówmy wprost – unikajmy wyszukanego słownictwa, usuńmy niepotrzebne rzeczowniki.
- Zmieniamy rzeczowniki na *-anie*, *-enie*, *-cie* np. *składanie*, *wyliczenie*, *pokrycie* w czasowniki.

Słowa kluczowe

NAJCZĘŚCIEJ UŻYWANE WYRAZY

Językoznawcy mają takie powiedzenie: *powiedz mi, jakich słów najczęściej używasz, a powiem Ci, kim jesteś*. Co to oznacza? – W zdaniu tym zawarte jest jedno z najważniejszych praw językowych. Mówi ono, że wyrazy używane najczęściej nazywają rzeczy najistotniejsze.

Jak to wygląda w wypadku tekstów o FE? Które słowa ukazują świat wartości samych autorów? Czy historia opowiadana przez te wyrazy jest spójna i wyczerpująca?

W *Dodatkach* zamieściliśmy listę 89 wyrazów najczęściej używanych przez autorów tekstów. Na pierwszym miejscu znajduje się słowo PROJEKT. Oznacza to, że przygotowanie projektu znajduje się w centrum świata Funduszy Europejskich. Naszym zdaniem to bardzo dobrze świadczy o zaplanowanej przez instytucje zarządzające strategii komunikacji. Teksty koncentrują się na realizacji idei, a nie na wnioskach, programach itp.

Na drugim z kolei miejscu znajduje się słowo PROGRAM, a na trzecim RAMY. Ostatnie słowo trochę dziwi. Najczęściej pojawia się ono w wyrażeniu *w ramach czegoś*, a zatem jest ewidentnie nadużywane.

projekt to
słowo klucz tekstów o FE

Czy listę frekwencyjną wyrazów częstych można jakoś uporządkować? – Jest na to sposób. Zamieńmy ją w mapę pojęć ważnych dla autorów i czytelników tekstów o Funduszach Europejskich. Kierunki niech wyznaczają dwie osie:

- Oś czasu (pozioma), która dzieli rzeczywistość FE na okres przed przyznaniem dotacji i okres po wypłaceniu środków.
- Oś hierarchii społecznej, która dzieli rzeczywistość funduszy na sferę działań władzy i sferę działań zwykłego człowieka – potencjalnego beneficjenta.

Ciekawe jest to, że w punkcie przecięcia obu osi znajduje się właśnie słowo PROJEKT. W tym miejscu spotykają się owe cztery sfery:

- Sfera działań władz wobec potencjalnego beneficjenta.
- Sfera działań potencjalnego beneficjenta.
- Sfera działań władz wobec faktycznego beneficjenta.
- Sfera działań faktycznego beneficjenta.

Teraz pozostaje tylko sprawdzić, które słowa częste przynależą do odpowiednich sfer.

Intuicyjnie listę naszą można podzielić mniej więcej tak:

SŁOWA KLUCZE	PRZED PRYZNANIEM DOTACJI	PO PRYZNANIU DOTACJI
SFERA DZIAŁAŃ WŁADZY	FE program ramy działania instytucja konkurs informacja szkolenia priorytet system urząd jednostka konferencja ministerstwo wdrażanie termin informacyjny	dofinansowanie rozwój wsparcie infrastruktura gospodarka środowisko ocena obszar umowa wartość kwota
SFERA DZIAŁAŃ ZWYKŁEGO CZŁOWIEKA	wniosek instytucja osoba przedsiębiorstwo przedsiębiorca organizacja	realizacja rozwój zakres szkolenia inwestycja

PROJEKT

Jakie z tego podziału wynikają wnioski?

Jak widać, autorzy tekstów o funduszach koncentrują się w największym stopniu na zachęcaniu do składania wniosków. To jest ich priorytet nr 1.

Co jest wartością nr 2? To bardzo ciekawe – informowanie o przyznanych dotacjach, realizowanych projektach i ich efektach. Na trzecim miejscu jest dopiero tematyka dotycząca potencjalnego beneficjenta, a na ostatnim – zagadnienia związane z realizacją projektów.

Wnioski z tej analizy są bardzo zaskakujące.

- Po pierwsze – główna strategia komunikacji o Funduszach Europejskich polega na zachęcaniu do korzystania z dotacji. Efekt ten uzyskuje się, informując o programach i możliwościach, zachęcając do przygotowywania projektów, ale także – chwaląc się rezultatami.
- Po drugie – znacznie mniejszy nacisk kładzie się na komunikację z potencjalnymi i aktualnymi beneficjentami. Może to oznaczać, że pierwsi nie będą wiedzieć, jak szukać pomysłów, jak pomysły zamieniać w projekty, a te ostatnie opisywać we wnioskach. Ci drudzy – mogą mieć problem ze zrozumieniem zasad realizacji i rozliczania projektów. To oczywiście tylko wstępne hipotezy – rezultat obserwacji wyrazów używanych w tekstach najczęściej.

Szczegółowy opis relacji zachodzących między tymi wyrazami zamieszczamy w ostatnim rozdziale naszego poradnika – *Pisanie dla zaawansowanych*.

MAPA ŚWIATA

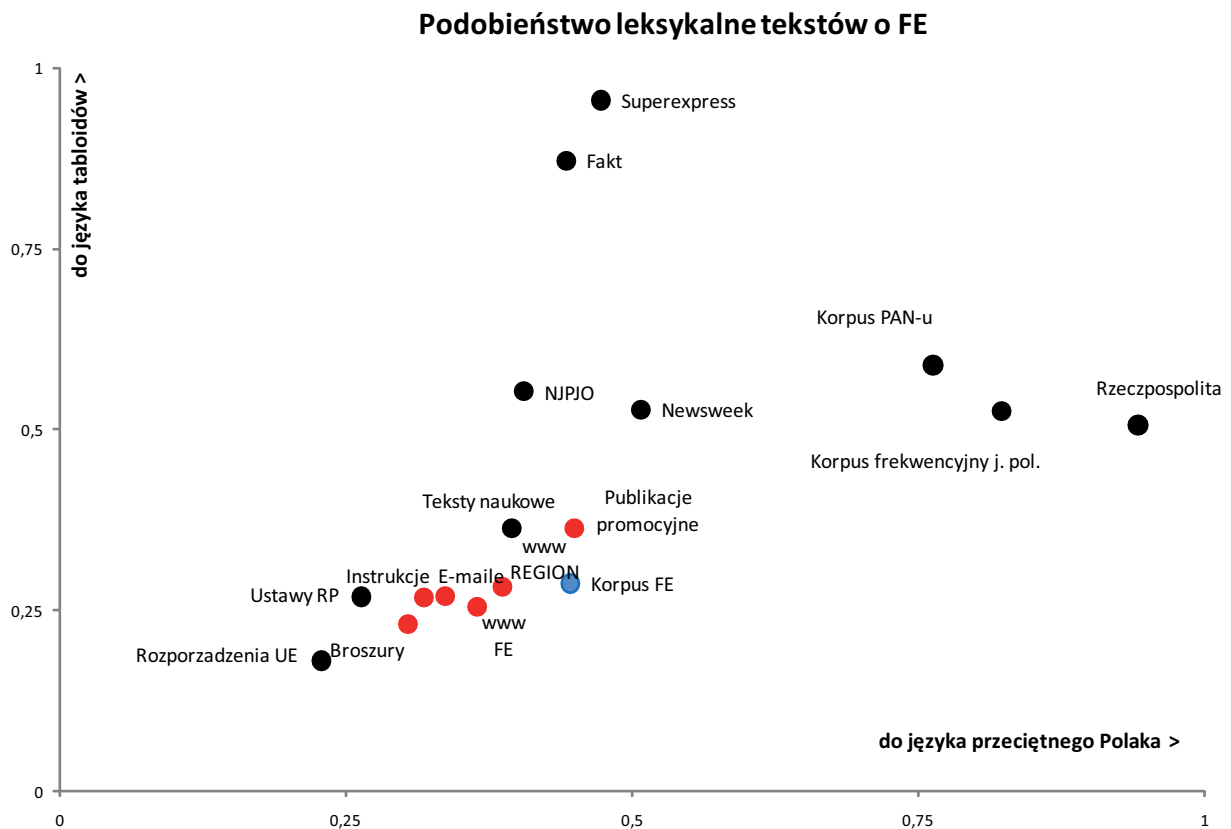
Słowa klucze definiują świat tekstu. Każda dziedzina aktywności ludzkiej jest związana z właściwym słownictwem, ma swój prywatny słownik. Ten słownik mają też fundusze.

Czy świat Funduszy Europejskich jest bliski przeciętnemu Polakowi? Czy przesłanie tekstów o FE jest zrozumiałe?

By to sprawdzić, narysowaliśmy mapę pokrewieństwa tekstów. Na osi poziomej zaznaczyliśmy stopień podobieństwa do polszczyzny ogólnej (którą reprezentują w naszych badaniach dwa wielkie korpusy kontrolne – *Korpus frekwencyjny języka polskiego* oraz *Korpus polszczyzny ogólnej*). Na osi pionowej zaznaczyliśmy stopień podobieństwa do słownictwa tabloidów (potoczny język polski).

Określiliśmy także dwa główne kierunki:

- w stronę języka przeciętnego Polaka,
- w stronę języka tabloidów.



Teksty, w których używa się wielu dziwnych i rzadkich wyrazów, pojawiają się na naszej mapie w lewym dolnym rogu. Teksty łatwe znajdują się bliżej środka i prawego górnego rogu.

Najbardziej odległe od codziennego świata okazało się słownictwo prawnicze (rozporządzenia Unii Europejskiej i ustawy Rzeczypospolitej Polskiej). Wcale nas to nie dziwi. Język prawniczy to prawdziwy żargon, zrozumiały tylko dla wtajemniczonych. Najbliższe zwykłej mowie są *Newsweek* i podręczniki do nauki języka polskiego jako obcego.

Świat FE jest gdzieś pośrodku. Do zwykłej polszczyzny zbliżają się też publikacje promocyjne. W przypadku pozostałych tekstów jest gorzej – słownictwo dalekie od przeciętności mają: strony internetowe (zarówno regionalne i główny portal Funduszy Europejskich), ulotki, e-maile, instrukcje i broszury. Niepokojące jest to, że teksty naukowe posługują się słownictwem prostszym od języka funduszy. Dotyczy to zwłaszcza obecności wyrazów uznawanych za trudne lub rzadkie. Autorzy tekstów o FE korzystają z nich po prostu częściej niż naukowcy.

teksty promocyjne
– najbliższej codziennej
polszczyzny

WIELKIE MANIERY TEKSTÓW O FE

Informować, doradzać czy nadzorować?

Przed przystąpieniem do pisania tekstów na temat funduszy powinniśmy zadać sobie pytanie o cel komunikacji. Czy chcemy za pomocą naszych wypowiedzi informować odbiorcę o możliwościach pozyskiwania dotacji, doradzić mu, jak ma poprawnie przygotować wniosek? Czy też chcemy wyłącznie sprawdzić, czy nasz odbiorca przy składaniu wniosku przestrzega wszystkich przepisów? Te dwa podstawowe pytania zawierają wskazówkę dotyczącą wyboru określonego stylu naszych wypowiedzi. W praktyce odpowiedź na nie wcale nie jest prosta.

intencja

w komunikacji urzędowej

Po pierwsze, reprezentujemy państwowe instytucje administracyjne i jako urzędnicy jesteśmy zobowiązani przestrzegać określonych przepisów, a więc musimy w naszych wypowiedziach informować, sprawdzać, nakazywać i zakazywać. Posługujemy się w tym celu wyrazistymi stwierdzeniami, precyzyjnymi wyrażeniami, a nawet językiem norm (prawnych, administracyjnych), w którym dominują oświadczenia, ponaglenia, ostrzeżenia, zobowiązania itp. W naszych tekstach mnożą się wówczas środki językowe typowe dla stylu urzędowego.

Po drugie, chcemy być również doradcami, ekspertami, czyli tak kontaktować się z naszym odbiorcą, aby ten zechciał się zainteresować ofertą dotacyjną, a przede wszystkim – aby zaangażował się w przygotowanie wniosków o dotację. Próbuje-
my odnaleźć odbiorcę, zachęcić go i zmotywować do działania. Wszystkie przygotowane przez nas informacje wstępne powinny być zatem podane językiem prostym, przystępnym, komunikatywnym. Dobra informacja, ulotka, przekaz reklamowy – które przygotowujemy – powinny zawierać jak najmniej konstrukcji językowych utrudniających odbiór. Co więcej, powinniśmy w prosty sposób wytłumaczyć wszystkim zainteresowanym, jak przejść trudną procedurę składania wniosków o dotację z UE.

wielkie

manier stylistyczne

Powyższe wybory komunikacyjne odbijają się w stylu naszych wypowiedzi. Jego harmonię mogą zaburzyć dwie maniere:

- pisanie w stylu urzędowo-administracyjnym – wówczas odgrywamy rolę pracownika administracji,
- pisanie w stylu doradczym lub reklamowym – wówczas próbujemy nakłaniać i angażować się przy tym emocjonalnie.

Opresja urzędu

Pierwsze niebezpieczeństwo, które doprowadza do pułapek stylistycznych, wiąże się z redagowaniem tekstów o funduszach stylem kancelaryjnym. Odznacza się on precyzyjnym, ale również schematycznym sposobem przekazywania informacji. Ponadto zawiera wiele trudnych terminów (prawnych, urzędowych) i cytatów, przywołań, przypisów odnoszących się do różnych dokumentów. Wiele z nich ma postać nakazów i zakazów, wiele też odwołuje się do norm prawnych. Komunikację administracyjną wyróżnia także precyzyjna budowa zdań i zwroty bezosobowe (przede wszystkim zdania zawierające wyrażenia typu: *zwraca się uwagę na...*, *należy się odnieść do tego...*).

cechy
stylu urzędowego

Warto również pamiętać o tym, że w komunikacji urzędowej pojawia się asymetria nadawcy i odbiorcy. Ten styl wypowiedzi wytwarza rzeczywistość, w której wyższą rangę przypisujemy instytucji, a odbiorcę traktujemy jak petenta. Taki układ ról nadawcy i odbiorcy powoduje, że nadawca nakazuje coś odbiorcy, doradza mu, czy wreszcie, egzekwuje coś na drodze prawnej. Nierzadko też pisma tworzone na użytek komunikacji urzędowej odznaczają się pewnym schematyzmem kompozycyjnym; składają się one bowiem z podobnych formuł rozpoczynania tekstów i ich kończenia, zbioru podobnie zbudowanych akapitów, wyliczeń, odniesień. Różne dokumenty zawierają również liczne skróty, przypisy (np. do dzienników ustaw lub kodeksów i komentarzy prawnych), uproszczone formy zapisywania tytułów, terminów i danych liczbowych. Ten specjalistyczny typ przekazu powoduje, że odbiorca tekstów urzędowych, który nie ma na co dzień doświadczenia prawniczego, może mieć problem ze zrozumieniem wszystkich treści.

Oczywiście, taki styl wypowiedzi jest pożądanym, a nawet wymagany w typowych formach komunikacji administracyjnej. W uwagach wstępnych do tego rozdziału ustaliliśmy, że naszym celem jest również doradztwo, zachęcanie do składania wniosków, a nawet pouczanie, gdzie, kiedy, w jakim celu i w jakiej formie je przygotować. Dlatego też powinniśmy zadbać o to, aby w tekstach do tego przeznaczonych pojawiały się – oprócz suchych faktów – formuły językowe zrozumiałe dla wszystkich grup odbiorców. Spróbujmy zatem przyjrzeć się tym wszystkim usterkom językowym, które powodują, że nasze wypowiedzi informujące o funduszach przekształcają się – wbrew naszej woli – w typowe dokumenty administracyjne.

MODNA TERMINOLOGIA I DZIWNA ORTOGRAFIA

Polacy mają negatywny
stereotyp urzędnika

Pierwszy rodzaj zakłóceń powstaje wówczas, kiedy podajemy się modzie pisanie o Funduszach Europejskich, naśladując oryginalne teksty UE. Trzeba sobie uświadomić fakt, że przystąpienie Polski do Unii Europejskiej znalazło swe odbicie w języku oraz we wzorcach współczesnej polskiej komunikacji instytucjonalnej. Z jednej strony chętnie zapożyczamy schematy komponowania tekstów i środki wyrazu – najczęściej z angielszczyzny – wiedząc o tym, że jest to we współczesnym świecie język uniwersalny. Z drugiej strony zaś – w Polsce, po doświadczeniach socjalizmu – ciąży nadal stereotyp urzędnika nieprzychylnego zwykłemu człowiekowi.

Chcemy zatem zerwać z tym utartym obrazem i zmienić na lepsze formy naszej komunikacji z ludźmi, a jednocześnie podajemy się językowej modzie „na europejskość”. Trzeba jednak pamiętać o tym, że nie wszystkie zapożyczenia z europejskiego żargonu urzędowego mogą być z powodzeniem wykorzystywane w polskim modelu komunikacji administracyjnej.

Lekturę naszych tekstów na pewno będą utrudniać:

- liczne zapożyczenia terminów ekonomicznych, prawnych – głównie z języka angielskiego (np. *monitoring, non profit, certificate, shadow list, cross-financing, foresight*),
- skróty i skrótowce odnoszące się do obcojęzycznych terminów i obcych nazw własnych:



5. Identyfikator KSI dla wniosku (na potrzeby Krajowego Systemu Informatycznego monitoringu i kontroli finansowej funduszy strukturalnych i Funduszu Spójności w okresie 2007-2013 (SIMIK 07-13) zostanie nadany przez pracownika PARP po akceptacji formalnej wniosku. Należy podać właściwe dane. **6. Adres siedziby.** Należy podać dane teleadresowe siedziby Beneficjenta. **7. Adres do korespondencji.** Należy podać dane teleadresowe, jeżeli są inne niż w pkt 6. **8. Status MŚP.** Należy zaznaczyć właściwe pole, mając na uwadze spełnianie warunków określonych w Załączniku I do Rozporządzenia Komisji (WE) nr 70/2001 z dnia 12 stycznia 2001 r. w sprawie stosowania art. 87 i 88 TWE do pomocy państwa dla małych i średnich przedsiębiorstw (Dz. Urz. WE L ...).

- nadużywanie wielkich liter (w języku polskim reguły używania wielkiej litery są odmienne, przede wszystkim nie stosujemy jej na oznaczenie nazw pospolitych, potocznych czy też wszelkiego rodzaju terminów):

Termin „kapitał ludzki” przyjęto jako najpełniej oddający istotę kompleksowego wsparcia przewidzianego do realizacji w ramach **Programu Operacyjnego**, którego cele są ściśle związane z rozwojem kapitału ludzkiego zarówno w jego wymiarze indywidualnym, jak i społecznym.



JĘZYKOWE SCHEMATY I SZABLONY

Druga, poważna przyczyna zakłóceń stylistycznych wiąże się z naśladowaniem manier tekstu administracyjnego. Często zdarza się, że teksty przeznaczone do informowania, reklamowania, promowania funduszy zaczynają przypominać skostniałe dokumenty urzędowe. Aby uniknąć w tych gatunkach stylu kancelaryjnego, przede wszystkim starajmy się nie używać takich konstrukcji językowych, jak:

- zdania bezosobowe:

W celu prawidłowego wypełniania wniosku o dofinansowanie niezbędna jest znajomość postanowień Programu Operacyjnego

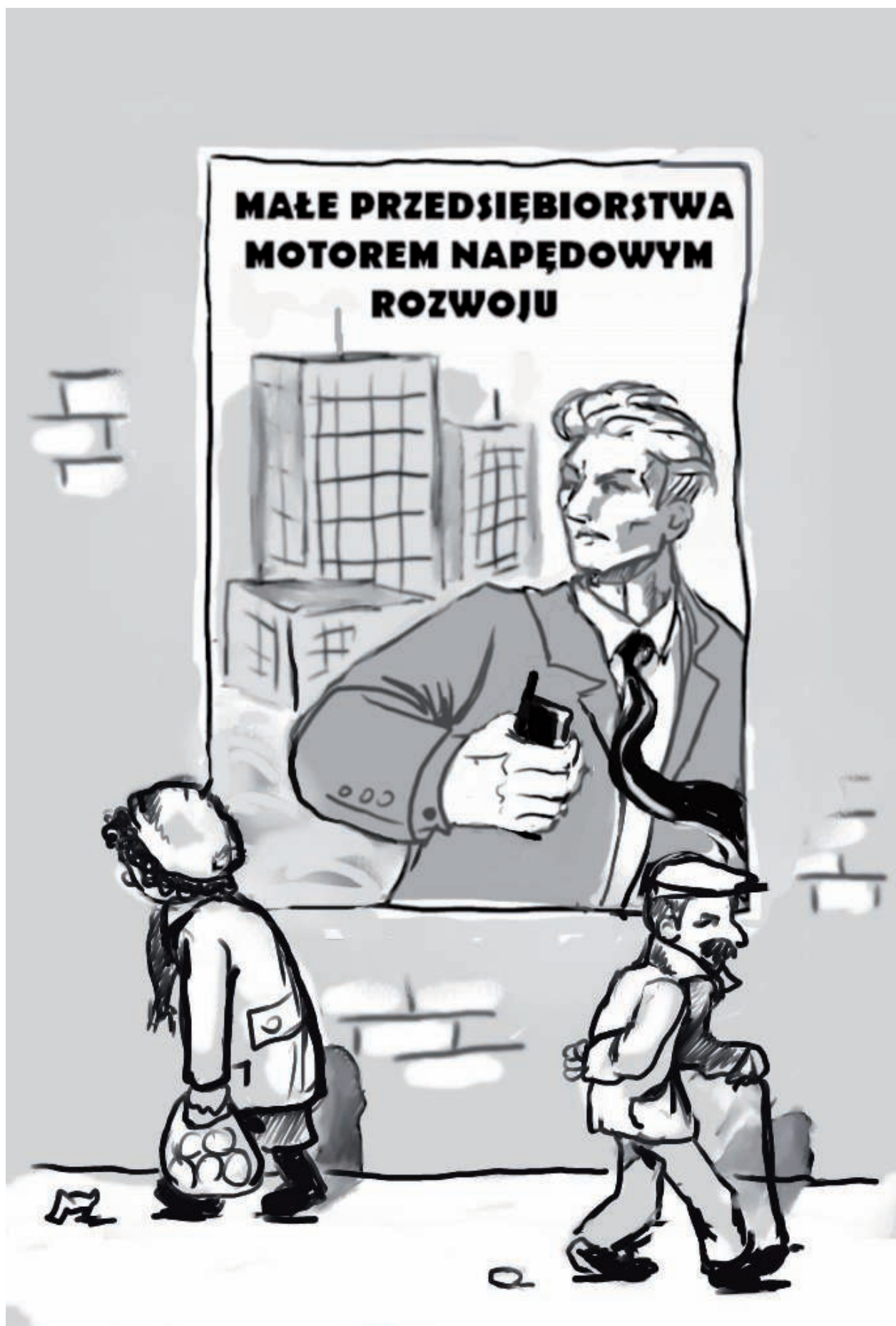


Aby wypełnić poprawnie wniosek, powinniśmy znać postanowienia Programu Operacyjnego



- zdania w stronie biernej (które można by zastąpić stroną czynną),
- rzeczowniki zakończone na: *-anie, -enie, -cie* (*zasilenie, wdrażanie, wsparcie, uzasadnienie, wyczerpanie, osiągnięcie*),
- rzeczowniki zakończone na *-ość* oraz *-acja* (*działalność, przejrzystość, wykonalność, realizacja, aktywizacja*) i przymiotniki z częstką *-alny* (*horyzontalny, wykonalny, optymalny*),
- terminy (*preinkubacja, ewaluacja, optymalizacja, mikro-przedsiębiorca, konwergencja, inkubator*),
- konstrukcje wielowyrazowe, które można zastąpić prostszymi słowami (*zadawać pytanie* → *pytać*),
- zdania zawierające zwroty nakazujące typu: *należy* + czasownik, *trzeba* + czasownik, *musi* + czasownik (*należy położyć nacisk; należy mieć na uwadze, musi być przeprowadzony, trzeba podkreślić*),
- podawanie rozbudowanych nazw i tytułów zamiast ich potocznych odpowiedników.

dyrektywność
stylu urzędowego



Propaganda sukcesu

NIE PISZMY MANIFESTÓW

Teksty o funduszach mogą w łatwy sposób przekształcać się w komunikaty propagandowe, zyskując nawet etykietkę *eu-rożargonu*, *euromowy*. Dzieje się tak dlatego, że pojawiają się w nich cechy, które są charakterystyczne dla rytuału komunikowania się władzy (instytucji reprezentujących władzę) z obywatelami. Takie nieporadne konstrukcje językowe pojawiają się zwykle w sposób niezamierzony wówczas, kiedy z przesadą:

pułapka propagandy

- zamieszczamy treści, za pomocą których chcemy szybko pozyskać aprobatę odbiorcy, a więc wpływać na jego decyzje,
- przemawiamy w tonie doradczym,
- usilnie apelujemy do masowego odbiorcy o przyjęcie naszej propozycji (pomysłu, zamiaru),
- sugerujemy odbiorcy pewne wartości (np. dostatek finansowy, zmiany, rozwiązanie sytuacji finansowej itp.),
- wyrażamy swoje pomysły i idee z perspektywy instytucji, która ma wpływ na życie społeczne.

Wszystkie te czynniki powodują, że nasze komunikaty – mające przecież przekonać odbiorcę, doradzić mu, poinstruować go, zachęcić do pozyskiwania środków finansowych – zaczynają przypominać propagandowe hasła polityczne, wyrażające radość z przystąpienia Polski do UE (nazwane kilka lat temu *euroentuzjazmem*). Zapewne też – mniej lub bardziej świadomie – powielamy treści tłumaczonych dokumentów, które są przekazywane nam przez instytucje Unii Europejskiej.

Trzeba sobie uświadomić fakt, że część z tych tekstów należy do gatunków wykorzystywanych na użytek polityki. Jak wiadomo, jest to typ komunikatów, w którym odbijają się strategie językowe służące regulacji nie tylko porządku prawnego, ale przede wszystkim utrzymaniu systemu politycznego oraz idei (a nawet ideologii) integracji europejskiej. Dlatego warto pamiętać o tym, aby nasz styl wypowiedzi nie przypominał politycznych manifestów programowych, w których pobrzmiewa patos i zachwyty z dokonujących się przemian ustrojowych.

uważajmy
na ideologie

Przyjrzyjmy się fragmentowi takiego tekstu:

Propozycja pozyskania środków, opatrzona skrótem składającym się z dwóch cyfr przedzielonych kropką: 8.1., trafiła w oczekiwania przedsiębiorców młodych potrójnie: wiekiem oraz stażem w prowadzeniu działalności gospodarczej, także ... duchem



Właściwie można by ten fragment uprościć:



Propozycja pozyskania środków opatrzona skrótem 8.1. trafiła do młodych przedsiębiorców.

Informacja po zamianie wcale nie będzie uboższa; pozbedziemy się natomiast patosu (uwidacznia się on chociażby w wielokropku: *także... duchem*) wielosłowia (np. *dwie cyfry przedzielone kropką*).

Podobnymi „ornamentami” odznacza się poniższy tekst:



Panuje duża przychylność społeczna dla reform, modernizujemy państwo, ale nie sprzyja nam sytuacja zewnętrzna (np. kryzys energetyczny, kłótnie wewnątrz Unii Europejskiej, wyhamowanie procesu globalizacji). Mimo to nieźle dajemy sobie radę – zdani w dużej mierze na własną aktywność. „Twarde dostosowania” to jeszcze bardziej optymistyczna wizja.

KIEDY POJAWIA SIĘ PROPAGANDA?

Podstawową przyczyną takich usterek językowych jest nieporadność stylistyczna, polegająca na niewłaściwym doborze słów. Wrażliwy odbiorca z pewnością zauważy tę nieumiejętność. Pamiętajmy, że podstawowa zasada dobrego przekazu to odpowiednie rozłożenie środków językowych w tekście. Harmonię przekazu przede wszystkim zaburzają takie fragmenty, w których pojawiają się:

w ten sposób
nie piszmy o sukcesach

- nazbyt często stosowane konstrukcje bezosobowe,
- zwroty wyrażające emocje, patos i niepotrzebny entuzjazm autora tekstu wobec treści, którą przedstawia,
- nazbyt obrazowe wyrazy, wyrażenia, przenośnie, których niewłaściwe użycie może powodować niezamierzony humor lub zbędne skojarzenia (często zderzające się z powagą tego, o czym piszemy),
- nagromadzenie podobnych wyrazów, powtarzanie podobnych zwrotów i niezrozumiałych terminów,
- schematycznie zbudowane zdania,
- skłonność do wartościowania oraz przekazywania sugestii o charakterze ideologicznym.

Spostrzegawczy czytelnik może poczuć się zaskoczony taką formą przekazu. Co więcej, krytyczny odbiorca spostrzeże zapewne, że w naszych tekstach pojawiają się strategie komunikacyjne, które żywo przypominają oficjalny i napuszony język

socjalistycznej propagandy sukcesu. Jakie cechy stylu są relikta-
mi tego dawnego komunikowania się władzy i urzędów z oby-
watelami? Wymieńmy najważniejsze:

..... styl propagandowy

- pochwała własnych działań, często mająca przesadny i pate-
tyczny styl wypowiedzi:

Cud funduszy europejskich.

Tak obfity deszcz pieniędzy nie spadł na polską oświatę jeszcze nigdy
w jej historii.



- kreowanie nowych wizji świata i życia społecznego:

Rok 2009 a 2008 to całkiem inne światy. Chodzi o liczbę wniosków,
które przedsiębiorcy złożyli o dofinansowanie w ramach PO IG.

Pomocna dłoń Europy dotarła również do...

Pokolenie „komputerowe” już weszło na rynek pracy i powstaje nowy,
całkiem inny świat.

W dobie telefonów komórkowych, gdy niemal każdy Polak ma już
„komórkę”, a niektórzy nawet dwie czy trzy, trzeba iść z duchem czasu.



- odwoływanie się do mitu budowy, przemiany, porządkowa-
nia życia społecznego:

Za 2-3 lata nastanie czas przełomu, gdy wszystkie te projekty zostaną
uruchomione i utworzą jedną funkcjonalną całość, jak puzzle.

Odmieńmy Polskę za europejskie pieniądze.



- nadmierny dydaktyzm przekazu:

Nie warto narzekać, bo liczba 300 wniosków o wsparcie jest mniejsza
niż w przypadku innych działań.

Najważniejszy jest pomysł na biznes. Mając go, należy znaleźć
w swoim województwie Operatorów udzielających dotacji.



- patos:

Polska pięknieje dzięki unijnym dotacjom.



- posługiwanie się zakłębami językowymi, aforyzmami:



PT to doskonały dowód na to, że fundusze europejskie mogą stanowić koło zamachowe polskiej gospodarki.

Powodem do dumy jest to, że jesteśmy społeczeństwem, które potrafi w okresie kryzysu tak sterować gospodarką, że przynosi ona dodatnie wartości makroekonomiczne.

- próba uzasadniania, że wszystkie działania służą dobru wspólnemu, są przez wszystkich aprobowane:



Fundusze unijne to szeroko rozumiana inwestycja w człowieka.

”Innowacyjność” – to dziś słowo klucz. Pojawia się w dokumentach i przemówieniach. Ale dla przedsiębiorcy czy naukowca istotny jest wymiar praktyczny innowacji.

Nie pozostaje nic innego, jak tylko powiedzieć: tak trzymać!

Wszystkie te strategie oddziałują wówczas, kiedy w naszych tekstach gromadzą się – niepotrzebnie i przesadnie – takie typowe dla propagandy minionego okresu środki wypowiedzi, jak:

- zaimek „MY”, za pomocą którego nadawca chce powiedzieć: ‘my – to ja i wy; to nasz wspólny pogląd’:



Po prostu już wiemy, jak beneficjenta trzeba czasem prowadzić za rękę.

My, interesanci wszelkiego rodzaju...

- wypowiadanie się w imieniu każdego, wszystkich; przypisywanie każdemu jednakowych poglądów, emocji, tej samej woli:



Sprawne połączenia między miastami, szybki dojazd z mniejszych miejscowości do dużych ośrodków miejskich, o tym marzy każdy Polak. To marzenie ma szansę się urzeczywistnić dzięki Funduszom Europejskim.

- skliszowane i utarte frazy mające postać terminów, modnych haseł (np. *polityka*, *filozofia*, *sukces*, *cel*, *aktywizacja*):



...unijna polityka promowania budowy społeczeństwa informacyjnego.

- apele i zwroty agituujące, zarówno te wyrażone wprost np. *zróbmy, stworzymy, działajmy tak, budujmy* itp., jak i te komunikowane między wierszami:

Odmieńmy Polskę za europejskie pieniądze.

Nie pozostaje nic innego, jak tylko trzymać kciuki za sukces działania

Wśród beneficjentów prym wiodą przedsiębiorcy – pola ustępują – choć czeka na nie połowa całej puli – ośrodki naukowo-badawcze oraz instytucje otoczenia biznesu.



- wyrazy i wyrażenia uzasadniające „powszechność”, „ważność”, „słuszność”, „konieczność”, „celowość” jakichś zdarzeń, jakiegoś działania:

Teraz liczy się pomysł i oczywiście dobra promocja.

Mamy więc szansę, by zdecydowanie zmniejszyć dystans rozwojowy dzielący nasz kraj od wysoko rozwiniętych państw Europy Zachodniej. Ale to także wielkie wyzwanie, bo Polska otrzyma najwięcej środków spośród wszystkich członków UE.



- niezrozumiałe wyrażenia uzasadniające powszechność albo konieczność działania (*szeroko rozumiany, ogólnie rozumiany, pewien, realny, szersze zamierzenia, popularne ośrodki wspierania, w dobie czegoś*):

...stać się dodatkowo „kuźnią innowacyjnych pomysłów przekuwających produkty rynkowe”...

...szeroko zakrojone konsultacje społeczne...

...realne programy społeczno-gospodarcze...

...wspieranie szeroko rozumianej innowacyjności...

...to dziś słowo klucz...

..., „ogólnie” rozumianą realizację założonego celu projektu...

...element szerszego zamierzenia...

Pytania te zawierają w sobie pewien trop, który pozwala zrozumieć, czym są innowacje we współczesnej gospodarce.



- magiczne określenia wychwalające miejsce Polski w strukturach Unii Europejskiej:



Unijne pieniądze wykorzystano co do euro centa.

Polska w europejskiej ekstraklasie.

Etap tworzenia elektronicznej administracji nad Wisłą, powstającej dzięki pomocy UE.

Jednym z rozkwitających centrów polskiej innowacyjności jest Wrocławski Park Technologiczny (WPT), garściami czerpiący z możliwości, które przyniosło wstąpienie Polski do Unii Europejskiej.

- hasła życzeniowe, wzywające do rywalizacji, aktywności:



Równie wysoko ustawiono poprzeczkę dla ośrodków KSI.

Wszystko to pozwoli nabrać wiatru w żagle Krajowej Sieci Innowacji.

We współzawodnictwie na innowacje w turystyce prowadzą...

Twórcy programu stawiają, z jednej strony – na zdynamizowanie zrównoważonego rozwoju, z drugiej – na znaczącą i szybką poprawę jakości życia Polaków.

- wyrazy nazywające normy społeczne, zwłaszcza odwołujące się do wartości ogólnych, życiowych itp. (np. *prospołeczny*, *proobywatelski*, *pomoc społeczna*, *dobro wspólne*):



Na obywatelskie korzyści wynikające z wdrożenia ePUAP2 złożyło się wiele elementów.

Projekt ma charakter proobywatelski.

- słowa skrywające perswazyjny ton naszych wypowiedzi:



Kino oferuje bardzo bogaty repertuar filmów ukazujących m.in., jak dotacje z Unii Europejskiej zmieniają Polskę i wpływają na życie Polaków.

- słowa, za którymi skrywają się dobre rady, pouczenia, instrukcje dotyczące różnych zjawisk społecznych:



Projekty powinny zmierzać do budowy świadomości społecznej nastawionej na zdobywanie wiedzy oraz informacji praktycznych.

- bezosobowe zdania o charakterze sprawozdawczym:

W stolicy Dolnego Śląska opanowali korzystanie z Funduszy Europejskich.

I znowu dobra wiadomość – Fundusze Europejskie pomagają także finansować...

Powiada się, że to dopiero Internet naprawdę otworzył świat także przed ludźmi...



NIE TWÓRZMY SŁÓW NA SZTANDARY

W wielu tekstach, którym możemy zarzucić właściwości propagandowe, jest bardzo sugestywny i obrazowy sposób przekazu. Pojawiają się w nich – zazwyczaj z przesadą – metafory nazywające działanie, aktywność itp. Często mają one pobudzać do konkretnych zachowań. W codziennym języku często stosujemy różne przenośnie. Ich nagromadzenie w tekstach oficjalnych może jednak zderzać się z oczekiwaniami odbiorcy. Za typowe słowa klucze (metafory) propagandy politycznej językoznawcy uznają konstrukcje, w których pojawiają się wyrazy:

nieudolne metafory

- SIŁA: *siła napędowa regionu, siła doradcza, siła społeczna,*
- ROZPĘD: *nabierać rozpędu,*
- MOTOR: *motor napędowy (rozwoju KSU), motor rozwoju (Polski i Unii Europejskiej), motor działań,*
- BUDOWA / BUDOWAĆ / BUDOWANIE: *budowa społeczeństwa opartego na wiedzy, budowanie potencjału, budowanie partnerstwa, budowa postaw kreatywnych, uczestniczyć w budowaniu demokratycznej i otwartej na świat Europy,*
- UMACNIAĆ: *umacniać swoją wiarę w siłę, umacniać poczucie odpowiedzialności.*

Bardzo często w typowym języku propagandy wyrazy wzmacniane są „słownymi ornamentami”, które nie wnoszą nic nowego, ale sztucznie rozbudowują tekst, np. *szeroko, szeroki:*

wielkie operatory

- *szeroko rozumiana działalność inwestycyjna; szeroko rozumiana inwestycja w człowieka, szeroko rozumiana polityka innowacji,*
- *szeroko pojmowana dyskusja, szeroko pojęte przedsięwzięcia innowacyjne,*
- *szeroko zakrojona współpraca.*

CZAS NA ZMIANY, CZYLI PISANIE Z EMPATIA

W rozdziale trzecim poznaliśmy kilka podstawowych cech charakteryzujących sposób myślenia oraz język „przeciętnego Polaka”. Nieustanne koncentrowanie się na tych cechach w trakcie pisania oraz próba wprowadzenia ich do własnych tekstów – oto umiejętności komunikacyjne, które nazwaliśmy empatią. Pisanie o Funduszach Europejskich w stylu podobnym do codziennej komunikacji pozwoli uzyskać efekt, którego teraz potrzebujemy najbardziej – wysoki poziom zrozumienia tekstów. Pamiętajmy jednak, że nie chodzi tu o pisanie nacechowane, emocjonalne i wulgarne, tylko o przyjęcie perspektywy potocznej – w sensie poznawczym i językowym. To zadanie o wiele trudniejsze, niż moglibyśmy przypuszczać.

Które strategie i techniki są zatem godne polecenia? – Spróbujmy im się przyjrzeć z bliska.

Strategia pierwsza: personalizacja tekstu

Teksty o FE są zwykle bezosobowe. Jest to cecha wypowiedzi urzędowych, naukowych i prawnych, a więc tych wszystkich, w których obecność aktywnej i subiektywnej jednostki jest niewskazana. A przecież tematem codziennych rozmów jest właśnie człowiek. Im więcej ludzi zatem pojawi się w naszym tekście, tym lepiej. Skąd wziąć ludzi?

antropocentryzm -
wprowadzamy
do tekstu człowieka

ZACZNIJMY OD SIEBIE

Najprostszym sposobem personalizacji tekstu jest ujawnienie samego siebie, czyli autora. Można to zrobić za pomocą formy *ja* lub *my*.

Pisanie w trybie JA

Rzadko się zdarza, by autor tekstów publicznych mógł pisać w pierwszej osobie. Zachowanie takie zostałoby uznane za akt chwalenia się lub arogancji. Wyjątkiem są sytuacje, w których osoba pisząca ma wysoki status społeczny. W takiej sytuacji, aby okazać swój status, ale też bezpośrednio zaangażowanie, może użyć formy pierwszoosobowej. Jeśli chodzi o FE – zostawmy *ja* osobom znanym, autorytetom lub szefom odpowiednich ministerstw, departamentów i ważnych instytucji (minister, dyrektorka itp.). Ważne, by tekst taki był pozbawiony emocji, ale jednak osobisty i zaangażowany.

ja – tylko dla
ważnych osobistości

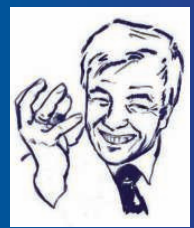
Gorąco liczę na to, że wszystkie atrakcje, które czekają na Państwa, sprawią, że Fundusze Europejskie przestaną być czymś odległym, niezrozumiałym, niedostępnym i zaczną być postrzegane jako pieniądze, z których każdy z nas korzysta.



Pisanie w trybie MY

Najskuteczniejszą formą autoprezentacji w tekstach o FE jest pisanie w formie *my*. Technika ta świetnie nadaje się do prowadzenia czytelnika poprzez tekst (co sprawia, że lektura jest łatwiejsza), ale także – do komunikowania łagodnej instytucjonalności, do wyjaśniania problemów oraz do budowania prawdziwej wspólnoty przekonań. Przyjrzyjmy się dokładnie wyróżnionym funkcjom:

W komunikacji najważniejsze jest właściwe ustanowienie relacji między nadawcą a odbiorcą. W pismach publicznych warto posługiwać się w tym celu zaimkiem *my*. Forma ta może pełnić różne funkcje.



MY przewodnika po tekście

Używaj zaimka *my* w tej funkcji, aby:

- budować relacje między nadawcą a odbiorcą,
- zapowiadać trudniejsze fragmenty tekstu, np. wyliczenia, definicje, tabele, schematy itp.,
- sygnalizować ważne zmiany w temacie lub strukturze tekstu.

kolejnym etapem wypełniania wniosku jest...



przejdźmy do kolejnego etapu wypełniania wniosku, którym jest...



Dane na wykresie 2. przedstawiają...



Spójrzmy na dane zebrane na wykresie 2. Przedstawiają one...



MY eksperta

Używaj „*my* eksperta” do zapowiadania i wyjaśniania trudnych zagadnień omawianych w tekście. Może to dotyczyć kwestii naukowych, urzędowych, prawnych itp. Po kilku takich zapowiedziach czytelnik się do nich przyzwyczai i zacznie je traktować jak sygnał ostrzegawczy w stylu „Uwaga, skoncentruj się bardziej! Będzie teraz trudniejsze miejsce w tekście”:

sygnalizowanie
trudnych miejsc



Wyróżnia się 6 podstawowych programów operacyjnych...



Wyróżniamy 6 podstawowych programów operacyjnych...



Przepisy prawa europejskiego mówią, że...



W tym miejscu musimy się na chwilę zatrzymać i przyjrzeć z bliska trudnej kwestii przepisów prawa europejskiego.

MY przyjaznych urzędników

Użycie formy *my* w tej funkcji powinno pojawiać się wyłącznie wtedy, gdy autor reprezentuje instytucję administracji publicznej. Wyraz ten pozwala przełamać podstawowe założenie tej komunikacji („Człowiek się nie liczy, liczy się tylko instytucja”). Zauważmy, że pisząc *my*, nie wypowiadamy się w imieniu abstrakcyjnej i chłodnej instytucji, lecz raczej w imieniu ludzkich urzędników, do tego tworzących zgrany zespół. Podsumujmy – taka forma *my*:

przyjazna instytucja

- pomaga tworzyć wizerunek instytucji przyjaznej ludziom,
- pozwala uniknąć form bezosobowych.



Rozpoczęto nabór wniosków.
Oferty można będzie składać do 15 marca...



Szanowni Państwo, rozpoczynamy nabór wniosków.
Z przyjemnością zapraszamy do składania ofert... Na oferty czekamy do...

MY wspólnotowe

Zaimka *my* w tej funkcji powinniśmy używać najrzadziej. Wspólnota to przecież ogół Polaków. Zwracając się do nich w ten sposób, łatwo popaść w ton przerysowanego patriotyzmu lub zwykłego patosu. Piszmy tak wyłącznie w ważnych momentach, np. gdy faktycznie udało się nam coś osiągnąć w skali kraju i każdy powinien o tym wiedzieć. A zatem „*my wspólnotowe*”:

- pozwala zmniejszyć dystans między przedstawicielami władzy (rządu) a czytelnikami-obywatelami,
- wprowadza kategorię wspólnego dobra,

- pozwala uniknąć przesady i patosu wynikających z użycia słów *Polska, Polacy*,
- nienatarczywie apeluje do postaw obywatelskich i poczucia patriotyzmu.

Polsce udało się wykorzystać wszystkie środki finansowe, co stawia nas na pierwszym miejscu wśród państw unijnych.
Znamy dane dotyczące stopnia wykorzystania dotacji unijnych za rok 2009. W stosunku do lat ubiegłych wypadamy naprawdę dobrze.



PORA NA ODBIORCĘ

Wiemy już, jak prezentować w tekście własną autorską tożsamość. Warto teraz powiedzieć o drugiej stronie układu komunikacyjnego – o odbiorcy. Pamiętajmy, że na początku lektury czytelnik szuka trzech najbardziej podstawowych informacji:

pierwsze pytania
czytelnika

- czy ten tekst jest adresowany do mnie?
- o czym on jest?
- kto jest jego nadawcą?

Dopiero gdy czytelnik znajdzie odpowiedzi na te pytania, zanurza się głębiej w tekst.

W związku z powyższym warto jak najczęściej odwoływać się do naszego zamierzonego odbiorcy. Takie zwroty do adresata lub nawet wypowiedzi na jego temat znacznie ułatwiają odbiór, ponieważ czytelnik nie musi wtedy szukać informacji „kto – do kogo?”. Wiedza ta jest mu dana bezpośrednio.

Istnieją dwa warianty tej strategii: wskazanie (nazwanie) konkretnego odbiorcy i bezpośredni zwrot do czytelnika.

Wskazywanie odbiorcy

Jeśli tekst adresujemy do konkretnej grupy społecznej, informację tę warto umieścić już na początku. Nie należy przy tym stosować typowej dla agresywnej reklamy retoryki apelu, np.:

Studencie,
jeśli chcesz...



Jesteś młodą matką?
Nie możesz wrócić na rynek pracy?
Mamy coś dla Ciebie...



Pamiętajmy, że każdy czytelnik szuka prostej informacji o tym, czy należy do grona odbiorców tekstu, czy też nie. Informacje tego typu można przedstawić w sposób następujący:



Tym razem Fundusze Europejskie przychodzą z pomocą studentom i absolwentom uczelni wyższych. Z przyjemnością ogłaszamy konkurs pt. *Moja pierwsza firma...*



W tym roku postanowiliśmy zwrócić szczególną uwagę na sytuację młodych przedsiębiorców, którzy chcieliby rozpocząć własną działalność gospodarczą. Oto w czterech województwach rozpocznie się niebawem nabór wniosków...

Zwrot bezpośredni

pisanie per TY

W naszej kulturze istnieją dwa typy kontaktu: familiarny (per *ty*) i neutralny (per *Pan / Pani / Państwo*).

Niestety, mówienie do wszystkich per *ty* trzeba uznać za jedną z najgorszych polskich manier grzecznościowych XXI wieku – zwłaszcza w firmach i w reklamie. Wzorce te przejęliśmy bezrefleksyjnie z kultury anglosaskiej. W naszej sytuacji – mówimy o pisaniu tekstów publicznych – forma *ty* nie powinna się pojawiać zbyt często. Wyjątkiem są instrukcje i poradniki, w których zwrot ten nie razi, a przy okazji – zwiększa skuteczność przekazu. Forma *ty* może się też pojawić w ogłoszeniach adresowanych bezpośrednio do konkretnych grup społecznych.

Konwencje wymienionych gatunków wymagają, abyśmy skupili się na odbiorcy. To do niego ma dotrzeć nasz przekaz. Starajmy się zatem w instrukcjach, ulotkach, programach promocyjnych podkreślać rolę naszego odbiorcy, stosując konstrukcje gramatyczne, które się bezpośrednio do niego odnoszą.

Dobrym przykładem utrzymywania takiej więzi tekstowej z adresatem wypowiedzi jest chociażby poniższy fragment:



Także Ty możesz skorzystać z dotacji unijnej i otrzymać wsparcie na rozwój własnej firmy (...) W tym celu zapraszamy do zapoznania się z „pomocą sekwencyjną”, dzięki której dowiesz się (...) Znajdź priorytet, który Cię interesuje (...) Kto jest potrzebny do zrealizowania zaplanowanych zadań? (zespół) – Ile to będzie kosztowało? (budżet) – Co chcesz osiągnąć i jak to sprawdzić? (wskaźniki, monitoring, ewaluacja) – Co Ci może przeszkodzić w realizacji projektu?

per Ty – tylko
instrukcje, poradniki,
ogłoszenia

Pod względem gramatycznym bezpośredni kontakt z odbiorcą sygnalizują w tekstach:

- zaimki: *Ty, Cię, Ci* (wtedy piszemy je dużą literą),
- czasowniki w drugiej osobie: *możesz, chcesz*.

Warto również podkreślać naszą wolę zawiązywania więzi z adresatem wypowiedzi. Tę intencję komunikacyjną wyrażają zwroty typu: *zapraszamy Cię, zachęcamy Cię, chcielibyśmy Ci pomóc, wspólnie ustalimy* itp.

Państwo

Znacznie częściej niż *ty* można używać zwrotu grzecznościowego z formą *Państwo* (np. *Szanowni Państwo*). Zalecamy stosowanie go w następujących sytuacjach:

- komunikacja internetowa, zwłaszcza oficjalne ogłoszenia, komunikaty, zaproszenia,
- komunikacja mejlowa (*Szanowny Panie / Szanowna Pani*),
- wstępy (wprowadzenia) i zakończenia do większych tekstów typu broszury, albumy, poradniki itp.

W części tej znajdują Państwo informacje na temat programów ustanowionych przez Komisję Europejską, a służących realizacji polityki UE w danym obszarze, np. edukacji, kultury, mediów, młodzieży, zdrowia

Szanowni Państwo, oddajemy w Państwa ręce broszurę informacyjną na temat Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, przeznaczoną dla przedsiębiorców, której celem jest dostarczenie aktualnych informacji na temat możliwości uzyskania wsparcia ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.



Tylko nie *potencjalny beneficjencie*!

Innych form bezpośrednich, takich jak *matko, studencie, beneficjencie* nie należy używać. Ich użycie może wywołać efekt lekceważenia lub niezamierzonego komizmu.

KTO JESZCZE MOŻE SIĘ POJAWIĆ W TEKŚCIE?

Nadawca i odbiorca to dwie postacie, które w tekście powinny się pojawiać jak najczęściej. Czy poza nimi warto jeszcze kogoś do tekstu włączyć? – Oczywiście. Im więcej osób pojawia się w tekście, tym większa szansa, że tekst będzie efektywnie odebrany. W tekstach o FE pojawiają się najczęściej cztery dodatkowe kategorie osób:

- urzędnicy – od ministra do zwykłego konsultanta z punktu informacyjnego,
- naukowcy – głównie autorzy prac i badań zleconych przez MRR lub inne instytucje,
- beneficjenci – od drobnych przedsiębiorców do prezesów największych firm,
- osoby, które skorzystały z projektów pośrednio – np. uczestnicy kursów i szkoleń.

zasady
personalizacji tekstu

Wprowadzając do tekstów różne osoby, pamiętajmy o kilku pomocnych zasadach:

- Im więcej osób występuje w tekście, tym bardziej jest on antropocentryczny. Antropocentryzm to warunek konieczny efektywnego zrozumienia.
- W mediach informacyjnych obowiązuje „zasada dwóch osób” – wskazuje ona minimalną liczbę bohaterów, których trzeba w newsach przywołać. Warto ją stosować, pisząc o FE.
- Najważniejsi bohaterowie tekstu powinni wyróżniać się wizualnie (np. na dużych zdjęciach).
- Każdy bohater powinien coś mówić. Przytoczenia cudzych wypowiedzi to jeden z ważniejszych składników tekstów o FE. Pamiętajmy jednak o rozbijaniu cudzych wypowiedzi naszymi wtrąceniami typu: *mówi, powiedział, dodał*.
- Różne osoby występują w tekstach w różnych rolach społecznych. Do owych ról powinniśmy dopasować słownictwo, którym te osoby określamy. Dotyczy to zwłaszcza czasowników mówienia. Oto najważniejsze role społeczne i najbardziej odpowiadające im czasowniki mówienia:
 - naukowiec: *wyjaśnia, tłumaczy, ocenia, szacuje*,
 - ekspert: *radzi, tłumaczy, ocenia, proponuje, sugeruje*,
 - urzędnik: *stwierdza, oświadcza, ogłasza, informuje*,
 - zwykły człowiek: *mówi*.

najważniejsze role
cytowanych osób



Trudno dostosować do nowoczesnych silników produkowane od wielu lat elementy instalacji zasilania gazem – **wyjaśnia** prezes spółki.

Niepokojące są zastrzeżenia zewnętrznych ekspertów, dokonujących oceny merytorycznej wniosków odnośnie dokumentacji finansowej – **wyjaśnia** Ewa Baranowska

Nasi brokerzy przygotowują fachowy opis technologii, a ekonomiści przekładają to na język finansowy – **tłumaczy** szef JCI Venture.

Rola społeczna osoby, którą cytujemy, i czasownik mówienia (oraz inne słowa) powinny być zgodne. W przeciwnym razie nasz tekst może wywołać niezamierzony efekt komiczny.

Dzięki pieniądзом z UE mogliśmy z mężem rozwinąć nasz interes i liczyć na duże zyski – **szacuje** pani Ewa, właścicielka sklepu spożywczego.



GRAMATYKA OSOBY

Na koniec warto jeszcze powiedzieć o zjawiskach gramatycznych, które proces personalizacji tekstu mogą osłabiać lub nawet blokować. Funkcję tę pełnią m.in. formy bezosobowe, oraz konstrukcje w stronie biernej.

Generalnie – zdań bezosobowych należy unikać albo wprowadzać do nich pominięte formy osobowe.

Przyjrzyjmy się temu problemowi dokładniej.

Istotą konstrukcji bezosobowych jest to, że pozwalają one mówić o wydarzeniach bez wskazywania osób biorących w nich udział. Dlaczego korzystamy z takich form? – Powody mogą być różne. Informacja o osobie może być – dla nadawcy – nieistotna, nieznana, niewygodna, oczywista itp. Kiedy mówimy:

- *Wybito szybę w aucie* – prawdopodobnie sprawcy nie znamy,
- *Zatrzymano osiedlowego złodzieja samochodów* – zakładamy, że każdy wie, że zrobiła to policja,
- *W Polsce buduje się wiele domów* – informacja o budowniczych jest nieważna,
- *Kawa mi się wylała* – podświadomie nie chcemy się przyznać, że to nasza wina.

W tekstach o FE pojawiają się najczęściej trzy zjawiska językowe dotyczące omawianego tu problemu:

- formy bezosobowe na *-no*, *-to*,
- formy bezosobowe z *się*,
- formy strony biernej.

Formy bezosobowe typu *zrobiono*, *wypito*

Bezosobowe formy usuwają informacje o sprawcy omawianych działań. Z tego powodu stosuje się je w stylu naukowym i urzędowym, gdzie rządzi zasada bezosobowości (człowiek nie jest istotny). Przejęcie tej cechy sprawi, że tekst o FE stanie się podobny do artykułu naukowego lub dokumentu urzędowego.

formy
bezosobowe

Oczywiście, istnieją sytuacje, w których formy na *-no* i *-to* są bardzo przydatne. Spójrzmy na poniższy fragment:



Ogółem zgłoszono 160 projektów inwestycyjnych, które zostały poddane szerokim konsultacjom społecznym.

W tej konkretnej sytuacji autorzy projektów są opisywani z szerokiej perspektywy. Podanie ich nazw lub typów znacznie wydłużyłoby tekst, czyniąc go bardzo monotonnym.

Spójrzmy teraz na przykłady w pierwszej kolumnie poniższej tabeli. Czy jako czytelnicy zawsze będziemy w stanie precyzyjnie odpowiedzieć na pytanie, KTO i CO robi? Mechanizm jest prosty. Jeśli odpowiedź wydaje się nam oczywista – bezosobnik w tekście mógłby zostać. Jeśli mamy problemy z odgadnięciem – warto poszukać lepszej wersji tego zdania; takiej, w której pojawia się nowy podmiot – konkretny lub zbiorowy.

forma bezosobowa	podmiot	lepiej
Objęto projektem ponad 200 młodych matek.	autor projektu	Projekt obejmował 200 młodych matek.
W naszym województwie złożono 1000 wniosków.	wnioskodawcy	W naszym województwie uzyskaliśmy (wpłynęło) 1000 wniosków.
Wśród przykładowych projektów wymieniono kompleksowe projekty obejmujące m.in.: doradztwo w zakresie przygotowania strategii rozwoju ośrodka, kształtowanie postaw innowacyjnych itp.	autor tekstu	Wśród przykładowych projektów możemy znaleźć kompleksowe projekty obejmujące m.in.: doradztwo w zakresie przygotowania strategii rozwoju ośrodka, kształtowanie postaw innowacyjnych itp.
W ramach projektów transportowych wybudowano oraz zmodernizowano łącznie ponad 5000 km autostrad, dróg krajowych, wojewódzkich, powiatowych.	ogólny	W ramach projektów transportowych wybudowaliśmy i zmodernizowaliśmy łącznie ponad 5000 km autostrad, dróg krajowych, wojewódzkich, powiatowych.
W ubiegłym miesiącu podpisano w Polsce 2000 umów.	beneficjenci	bez zmian

Formy bezosobowe z *się*

Podobnie jest z formami bezosobowymi zawierającymi słowo *się*. Konstrukcje te pozwalają pominąć informację o podmiocie i skoncentrować się na przedmiocie działania. Spójrzmy na dwa przykłady:



W programie tym wspiera się również tworzenie europejskich, krajowych, regionalnych i lokalnych portali młodzieżowych

Wśród beneficjentów wymienia się m.in. podmioty niepaństwowe: organizacje pozarządowe, organizacje reprezentujące ludność autochtoniczną, lokalne grupy obywatelskie i stowarzyszenia zawodowe



Z pierwszego zdania wynika, że nie jest istotne, kto wspiera tworzenie portali, a ze zdania drugiego – że nie jest ważne, kto wymienia typy beneficjentów. W wypadku zdania drugiego – faktycznie podmiot ten jest nieważny (lub oczywisty), jednak sam tekst można by jeszcze bardziej uprościć (np. *beneficjentami mogą być...*). W przykładzie pierwszym natomiast informacja o podmiocie jest istotna ze względów wizerunkowych.

Stosowanie form bezosobowych może utrudnić zrozumienie tekstu. Czytelnicy muszą przecież sami znaleźć informację o podmiocie, którego w tekście nie ma. Rezygnacja z tej manieri urzędowej znacznie ożywi komunikację.



Czasownik *wspierać* budzi bardzo pozytywne skojarzenia. Użycie podmiotu sprawi, że te pozytywne konotacje zostaną na ów podmiot przeniesione, np.:

W programie tym UE wspiera również tworzenie europejskich, krajowych, regionalnych i lokalnych portali młodzieżowych



W programie tym wspieramy również tworzenie europejskich, krajowych, regionalnych i lokalnych portali młodzieżowych



Spróbujmy teraz przygotować zasady używania w tekstach o Funduszach Europejskich bezosobników oraz procedurę ich zastępowania formami osobowymi:

- Unikajmy form bezosobowych. Zawsze starajmy się je zastąpić formami osobowymi.
- Zaczniemy od sprawdzenia, czy do zdania można wstawić konkretny podmiot osobowy (nazwy ludzi), np. *zgłoszono ileś wniosków* → *drobni przedsiębiorcy zgłosili ileś wniosków*.
- Jeśli zdanie nie brzmi najlepiej, sprawdźmy, czy formę bezosobową można zastąpić „my wspólnotowym”, np. *zgłoszono ileś wniosków* → *zgłosiliśmy (jako Polacy) ileś wniosków*.
- Jeśli zdanie dalej nas nie zadowala, sprawdźmy, czy podmiotem może być nazwa instytucji.
- W ostateczności możemy też sprawdzić, czy podmiotem może być inny wyraz z tego zdania, np. *objęto projektem sto matek* → *projekt objął sto matek*.

Strona bierna

Strona bierna pełni w komunikacji bardziej skomplikowaną funkcję. Po pierwsze – tak jak w wypadku form bezosobowych – pozwala ona uniknąć informowania o podmiocie, po drugie jednak – odwraca naturalną ważność informacji, stawiając na pierwszym miejscu obiekt – rzecz, nie zaś podmiot działań (człowieka), np.:

- *Jan teraz czyta książkę*
- *Książka jest teraz czytana przez Jana*
- *Książka jest teraz czytana.*

Ponieważ strona bierna występuje w codziennej komunikacji niezmiernie rzadko, warto jej unikać, stosując opisaną już procedurę:

- wprowadzając konkretne podmioty i zmieniając w ten sposób punkt widzenia,
- wprowadzając podmioty zbiorowe, np. *my*.

W poniższym przykładzie mamy nagromadzenie kilku opisanych wyżej zjawisk. Porównajmy wersję oryginalną i tę z poprawkami:



Od początku zakładano, że fortyfikacje zostaną włączone w żywą tkankę miasta, tym bardziej że są usytuowane w pobliżu ścisłego centrum Gdańska. Rozważane były różne koncepcje przeznaczenia tego terenu, lecz ostatecznie zwyciężyło Centrum Hewelianum. W rezultacie odrestaurowano 18 historycznych obiektów ceglanych. Prace wykonano w oparciu o oryginalną dokumentację z XIX w. W schronach położonych na szczycie fortu utworzono wystawę przedstawiającą historię obiektu na tle dziejów Gdańska i Europy. Z kolei perełka architektury fortecznej – Kaponiera Południowa – stała się bastionem fizyki i astronomii. Dla zwiedzających przygotowano 54 interaktywne stanowiska.



Od początku zakładaliśmy, że włączymy fortyfikacje w żywą tkankę miasta. Tym bardziej że są one usytuowane w pobliżu ścisłego centrum Gdańska. Rozważaliśmy różne koncepcje przeznaczenia tego terenu, lecz ostatecznie zwyciężyło Centrum Hewelianum. W rezultacie odrestaurowaliśmy 18 historycznych obiektów ceglanych. Prace wykonaliśmy na podstawie oryginalnej dokumentacji z XIX w. W schronach położonych na szczycie fortu zwiedzający znajdą wystawę przedstawiającą historię obiektu na tle dziejów Gdańska i Europy. Z kolei perełka architektury fortecznej – Kaponiera Południowa – stała się bastionem fizyki i astronomii. Turyści będą mogli zobaczyć 54 interaktywne stanowiska.

Strategia druga: metaforyzacja

O TRUDNYM – ŁATWIEJ

Ludzie pierwotni poznawali świat zmysłami i początkowo tylko tę fizykalną część potrafili nazywać. Później zaczęli sobie też radzić ze zjawiskami niefizykalnymi, trudnymi lub nieznanymi. Po prostu zaczęli o nich mówić tak, jakby można je było poznać zmysłami. Ten pierwotny mechanizm adaptacyjny – metaforyzacja sensoryczna – pozostał nam do dziś. W języku potocznym stosujemy go bezwiednie i nieświadomie. W mediach – pojawia się już z premedytacją jako strategia wpływania na audytorium.

Mówimy na przykład na co dzień: *obleciał mnie strach, kipi we mnie gniew, wzbiera we mnie żal*. Użytych metafor często nawet sobie nie uświadamiamy. A zauważmy, że przecież w przykładzie pierwszym – strach jest czymś w rodzaju gazu, wiatru, który owiewa człowieka. W przykładzie drugim i trzecim jest jeszcze ciekawiej. Człowiek jest opisywany jako pojemnik, zbiornik, a uczucia i emocje – jak gorące, gotujące się płyny, które zwiększają swoją objętość i szukają ujścia.

Tak właśnie działa metaforyzacja. To, co trudne, abstrakcyjne lub nieznanne, staje się podobne do tego, co konkretne, znane, a przede wszystkim – codzienne.

Czy taki mechanizm można również zastosować w tekstach o Funduszach Europejskich? – Oczywiście. Trzeba tylko pamiętać o kilku ważnych zasadach:

- Metafora musi być intuicyjna i czytelna (działa zasada ekonomii wysiłku: z metaforą ma być łatwiej).
- Metafora musi być spójna z innymi metaforami i wyrazami, które pojawiły się w tekście.
- Metafora nie może nigdy wywoływać niezamierzonego efektu komicznego.
- Metafory mają dużą moc oceniającą. Warto sprawdzić, czy skojarzenia wywołane metaforą nie są sprzeczne z naszymi intencjami.

Dobre metafory są nierozbudowane i stylistycznie dopasowane do tekstu. Nie mogą nasuwać negatywnych skojarzeń oraz wyobrażeń dosłownych. Dobre metafory sprowadzają trudne zagadnienia do zjawisk dobrze znanych, najlepiej codziennych.



UPADŁE ANIOŁY BIZNESU?

Weźmy przykład z dziedziny FE: *anioł biznesu*.

Na pierwszy rzut oka metafora wydaje się doskonała. Przeniesienie zjawiska bardzo dobrze znanego, pozytywnego i duchowego (anioła) na grunt biznesu (inwestor) jest pomysłem bardzo zaskakującym, ale potencjalnie – silnie perswazyjnym. Autorzy tekstów mają zresztą świadomość tego zabiegu. Piszą bowiem w jednym z tekstów:



Zwykle termin ten kojarzy się z religią, jednak w ujęciu biznesowym jest to typ inwestora prywatnego, który własne nadwyżki finansowe lokuje w nowe, dobrze rokujące firmy.

Od razu wychwytyjemy podstawę porównania: anioł jest dobry – inwestor też jest dobry (w końcu przekazuje swoje zyski na dofinansowanie nowych firm). I wiemy już, co będzie dalej. Anioł ma skrzydła i jest opiekuńczy. Ten inwestor też je będzie miał – będzie się bowiem opiekował słabszymi firmami. Rzeczywiście, jeden z tytułów tekstów na ten temat brzmi:



Firmy pod skrzydłami aniołów

metafory nie mogą
żyć własnym życiem

Niestety, od tego momentu zaczynają się problemy. Zauważmy, że innym tekście inny autor pisze, że te same firmy



...dzięki zastrzykowi kapitałowemu mogą szybko (w ciągu 2-4 lat) rozwinąć skrzydła.

A więc skrzydła wyrastają też firmom, którymi anioły biznesu się opiekują? Ale czy te firmy są chore? Dlaczego muszą dostawać zastrzyk? W tym momencie dochodzimy już do granic absurdu, powstała bowiem metafora *firma to chore pisklę*.

Problemy nadal się piętrzą, ponieważ aniołów jest coraz więcej. Jak nazwać grupę aniołów biznesu?

Tak:



Dzięki działaniu uaktywniają się również sieci aniołów biznesu...

czy może tak?:



Zastępy inwestorów, czyli anioły biznesu

W kolejnych tekstach znaleźliśmy jeszcze inne pomysły: *anioły pozostające na placach, wypełniające lukę*, są nawet *upa-dle anioły*. Na koniec do anioła dołączyła *Gazeta Biznesu* (nagroda branżowa).

Na placu pozostają więc anioły biznesu, wypełniając lukę kapitałową.



Były też pierwsze prezentacje przed aniołami.



Z drugiej strony, wielu aniołów utraciło część swoich środków na giełdach i w innych formach inwestycji.



Takich metafor-nieporozumień jest w tekstach o Funduszach Europejskich wiele. W dużym stopniu wynika to z przenoszenia na polski grunt obcych – anglosaskich – wzorów kulturowych. Chodzi tu o angielski zwyczaj metaforyzowania niemal wszystkiego, również poważnych zagadnień naukowych i społecznych. Przykładem niech będzie nazwa teorii początku wszechświata – ang. *Big Bang*. W Polsce naukowcy zajmujący się tą dziedziną nie zgodzili się na dosłowne tłumaczenie (*Wielkie Bum*) i przeforsowali termin znacznie poważniejszy – *Wielki Wybuch*. Przeniesienie do Polski obecnego w UE zwyczaju metaforyzacji pojęć i zjawisk administracyjno-gospodarczych jest ryzykowne. Ryzykujemy wiele – na przykład śmieszność!

pożyczamy metafory
z angielszczyzny

METAFORY PROPAGANDOWE

Poza niezamierzonym efektem komicznym nieudane metafory z tekstów o FE wywołują też nieprzyjemne skojarzenia z propagandą socjalizmu. Pamiętajmy, że ulubiony motyw propagandy PRL to porównywanie kraju do wielkiej budowy lub pędzącej maszynerii. Nawet jeśli te porównania są kuszące, koniecznie trzeba z nich zrezygnować – związek z systemem totalitarnym jest tu zbyt wyraźny. Najdobitniejsze przykłady to metafory przemysłowe: *koła zamachowe* i *motorów napędowych*:

Święto ludzi, którzy ciężko pracują na to, by Polska była największym placem budowy w Europie.



WPT to doskonały dowód na to, że fundusze europejskie mogą stanowić koło zamachowe polskiej gospodarki.





Motorem napędowym rozwoju KSU okazały się dwa projekty, które PARP zrealizował w ramach działania 1.1.1

METAFORY WODNE

Czytając teksty o funduszach, można mieć wrażenie, że wstąpienie Polski do UE wywołało zmianę na mapie geograficznej. Otóż w Europie pojawiła się nowa rzeka. Chodzi oczywiście o metaforę „z Europy płynie do nas rzeka pieniędzy”. Ocena tej metafory nie jest jednoznaczna. Sugeruje ona, że pieniędzy jest dużo i że są one łatwo dostępne. Na takim efekcie mogłoby nam zależeć. Niestety wynika z niej także, że nie jesteśmy w Europie.



Pieniądze na ochronę środowiska płyną z Europy.



Dlatego bardzo ważne jest, żeby nawet mało doświadczeni w tematyce Funduszy Europejskich użytkownicy mogli poprzez strony www łatwo zorientować się w zasadach korzystania z pomocy płynącej z Brukseli.



Korzyści płynące z realizacji projektu to zwiększenie poczucia bezpieczeństwa oraz uproszczenie procesu przenoszenia numeru.

Dwa ostatnie przykłady przedstawiają nas dodatkowo w negatywnym świetle. Wynika z nich bowiem, że jesteśmy słabi, potrzebujemy pomocy i poczucia bezpieczeństwa.

METAFORY CHOROBY I UŁOMNOŚCI

W tekstach o FE pojawiły się też metafory, które pozwalają zrekonstruować nasz autoportret. Co myślimy o Polsce i Polakach? – Najczęściej pojawia się metafora choroby lub ułomności. Skoro FE są *zastrzykiem pieniędzy, wsparciem, pomocą*, to Polska i Polacy są *słabi, chorzy i potrzebujący*. Metafora ta towarzyszy naszej transformacji od lat 90., jednak warto już pomyśleć nad innym sposobem postrzegania samych siebie!

Negatywny obraz Polski i Polaków w kontekście dotacji nie może pozytywnie wpływać na osoby zainteresowane złożeniem wniosków. Będą to faktycznie ludzie potrzebujący wsparcia na początku działalności albo osoby potrzebujące pomocy w sytuacjach kryzysowych. A gdzie ci, którym się powodzi i udaje?

METAFORY OŻYWIAJĄCE

Z metaforyzacją wiąże się kolejne zjawisko charakterystyczne dla myślenia potocznego. To animizacja i personifikacja obiektów nieożywionych. Okazuje się bowiem, że zwykły człowiek myśli o świecie nieożywionym tak, jakby ten świat był czymś żywym. Ze strategii tej korzystają na co dzień media, zwłaszcza tabloidy, opisujące działania firm, instytucji i państw tak, jakby były one ludźmi (np. w nagłówkach typu *Ameryka mówi nie! Polska wynegocjowała zwiększenie dopłat*). Tę samą strategię warto stosować, pisząc o FE.

Co można opisywać w kategoriach ludzkich (lub tylko ożywionych)? – Odpowiedź jest prosta: wszystkie instytucje działające aktywnie w sferze Funduszy Europejskich.

Mogą to być Unia Europejska, Fundusze Europejskie, Polska, ministerstwo, urzędy, instytucje pośredniczące, instytucje ubiegające się o dotację itp. W pierwszych dwóch przykładach pojawia się bardzo podobny motyw: UE oraz gminy zyskują cechy ludzkie – są istotami, które się o coś / o kogoś martwią. Niestety, tylko pierwszy przykład można uznać za pozytywny.

UE martwi się o realizację polityki...



Autor ukazuje tu Unię Europejską jako instytucję opiekuńczą i troskliwą. Metafory tej nie należy jednak rozwijać, ponieważ wcześniej czy później musielibyśmy nazwać także drugą stronę tej relacji. Wtedy okazałoby się, że UE opiekuje się nami – Polakami lub Polską. Obraz taki byłby bardzo paternalistyczny, sugerowałby bowiem naszą niesamodzielność i niedojrzałość.

paternalizm -
traktowanie dorosłych
jakby byli dziećmi

W Polsce nie ma chyba gminy, która nie musiałaby się martwić o swoją promocję, bo inwestorzy i tak zabiegają o pozyskanie tam terenów.



Drugiego przykładu już zaakceptować nie można. W tym bowiem wypadku gmina martwi się o siebie, co może sugerować, że jest instytucją niepewną i nieradzącą sobie z problemami. W tego typu fragmentach warto stosować techniki myślenia pozytywnego, asertywnego, np.:

W Polsce większość gmin prowadzi liczne działania promocyjne, ponieważ sami inwestorzy nie zabiegają tak często o pozyskanie nowych terenów.



Albo jeszcze lepiej:



W Polsce każda gmina prowadzi działania promocyjne, ponieważ inwestorzy nie zabiegają o pozyskanie nowych terenów.

Co ciekawe, w tekstach o Funduszach Europejskich widać spójny obraz UE. Generalnie można powiedzieć, że traktujemy ją (bo tak o niej mówimy) jak dobrego, martwiącego się, pomagającego i bardzo hojnego opiekuna. Obraz Polski i Polaków jest budowany w opozycji do tej metafory. O chorobie i ułomności była już mowa wyżej, tu podajemy kolejne przykłady:



Fundusze europejskie pomogły ludziom zdobyć nowe kwalifikacje. Zamienić pasje w źródło dochodu. Wrócić do pracy po długiej przerwie, czy nawet uruchomić własną firmę.

W powyższym tekście wystarczyłoby wymienić czasownik *pomagać* na *dawać szansę* lub *dawać możliwości*:



Fundusze europejskie dają możliwość zdobywania nowych kwalifikacji, zamiany pasji w źródło dochodu, powrotu do pracy po długiej przerwie czy nawet uruchomienia własnej firmy.

Podobny, umniejszający efekt czasownik *pomagać* wywołuje w kolejnym przykładzie:



Unia nam pomaga, konflikty i spory globalne zostają wyciszone, dajemy sobie radę z reformami.

Warto tu podkreślić, że powyższe cztery przykłady nie są najlepszą realizacją omawianych tu procesów „ożywiających”. Dzieje się tak, ponieważ w opozycji *Unia Europejska – Polska* nasz kraj pokazywany jest z perspektywy paternalistycznej i negatywnej. Nie jesteśmy samodzielni i potrzebujemy stałej opieki i pomocy – tak można by podsumować tę wizję. Najwyraźniej widać to w metaforze opisującej status Polski jako marki. Polska jest w tym ujęciu... płodem (embrionem?).



Z badań przeprowadzonych przez Instytut Marki Polskiej na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej wynika, że marka turystyczna „Polska” znajduje się obecnie w stanie „prenatalnym” – jest niewyraźna, niespójna, właściwie dopiero się tworzy. Według typologii Simona Anholtza, „Polska” należy do kategorii marek „nowych i nudnych”.

Stosunkowo często pojawia się też metafora rywalizacji sportowej. Najczęściej jako rywalizację przedstawia się życie społeczne i rynek. FE są wtedy czymś w rodzaju dozwolonego środka dopingującego. Pomagają wyrównać szanse lub dobrze wystartować:

FE wspierają przedsięwzięcia służące poprawie jakości wykształcenia i kompetencji osób niepełnosprawnych oraz ułatwiające im start i rozwój zawodowy



Dobry start w przyszłość. Gmina Ropczyce jest pierwszym samorządem w Polsce, który uzyskał dofinansowanie w ramach działania 8.3 Programu Innowacyjna Gospodarka



Niestety, zdarza się też budowanie w tekstach o FE atmosfery rywalizacji i walki między poszczególnymi regionami o prym w kategorii liczby przyznanych środków. Ten sposób pisania może wywołać wrażenie, że głównym celem MRR jest pobicie kolejnego rekordu łącznej sumy wykorzystanych środków:

Mazowsze wybiega daleko do przodu przed pozostałą czwórkę.



DOBRE METAFORY POTRZEBNE OD ZARAZ

Głównym zadaniem osób odpowiadających za program komunikacji o FE jest przygotowanie spójnej narracji tożsamościowej. Dotyczy to także opracowania zestawu metafor, które nie będą sprzeczne ani śmieszne, a zwłaszcza – nie będą przypominać czasów propagandy sukcesu PRL. Jak to wygląda obecnie? Poniżej przedstawiamy szczegółową listę metafor dotyczących Funduszy Europejskich. Metafory najbardziej niefortunne opatrujemy komentarzem.

FE przemieszczają nas (Polskę) do przodu:

droga do sukcesu,

klucz do sukcesu,

koło napędowe gospodarki – znaczenie zbyt techniczne, zderzenie czegoś bardzo abstrakcyjnego (gospodarka) z czymś bardzo konkretnym (część urządzenia),

lokomotywa rozwoju – jak wyżej,

motor rozwoju – jak wyżej,

siła napędowa,

skok cywilizacyjny.

FE to coś, co łączy nas z Europą:

pomost.

FE przemieszczają nas (Polskę) do góry:

dźwignia rozwoju – metafora nadużywana w reklamie i polityce,
katapulta – znaczenie negatywne,
stawiają na nogi – znaczenie negatywne, kolokwializm,
trampolina dla polskiej gospodarki – niezamierzony efekt komiczny.

FE to nasza ochrona:

parasol ochronny – negatywne skojarzenia,
 płaszcz ochronny – negatywne skojarzenia,
poduszka powietrzna – negatywne skojarzenia (wypadek).

FE to ktoś, kto się nami opiekuje:

święty Mikołaj – niezamierzony efekt komiczny,
wujek z Ameryki (dobry) – niezamierzony efekt komiczny,
dobra wróżka – niezamierzony efekt komiczny, infantylizacja.

FE to podpora czegoś:

podpora gospodarki,
filar rozwoju.

FE to pomoc i wsparcie:

kasa dla Ciebie – rażący kolokwializm,
mechanizm wsparcia,
pomoc z Unii,
to nasze być albo nie być – skojarzenia negatywne,
kropla w morzu potrzeb – skojarzenia negatywne.

FE to ratunek:

pożyczka bezzwrotna,
tratwa ratunkowa,
zapasowe koło polskiej gospodarki.

FE to ważny dodatek:

drożdże dla rozwoju,
witaminy przedsiębiorstwa.

FE to zasoby:

kopalnia pieniędzy,
niewysychające źródło,
skarbiec pomysłów,
worek pieniędzy – kolokwializm,
źródło pieniędzy.

FE jest dużo:

deszcz pieniędzy (ożywczy),
strumień pieniędzy.

Zauważmy, że autorzy czasem piszą o funduszach dosłownie (jako o pieniądzach), a czasem przenośnie. W tym drugim trybie dominują dwie wizje funduszy: metafora rzeki i metafora ratunku. Pierwsza jest bardzo przydatna – wiele wyjaśnia i nie budzi negatywnych skojarzeń. Druga – niestety – ma charakter umniejszający, sugeruje bowiem naszą niedojrzałość i niesamodzielną. Widać zatem, że do komunikacji informacyjno-promocyjnej metafory powinny zostać starannie dobrane. Należy je po prostu włączyć do ogólnej strategii komunikacyjnej, zarówno na poziomie idei (wizji), jak i zalecanych środków.

Jak wybrać dobrą metaforę?

	METAFORA
1.	musi dotyczyć bezpośrednich doświadczeń każdego człowieka,
2.	nie powinna być skomplikowana (każdy powinien ją odczytać intuicyjnie),
3.	musi dawać możliwość rozwijania komunikacji przenośnej (powinna generować ciągi skojarzeń metaforycznych),
4.	powinna być spójna z innymi metaforami (zwłaszcza strategicznymi),
5.	nie powinna wywoływać żadnych negatywnych (w tym humorystycznych) skojarzeń.

Przywoływana metafora „anioł biznesu” nie spełniała głównie warunku trzeciego (nie dawało się jej sensownie rozwijać).

Strategia trzecia: pokazywanie korzyści

Badania wyobrażeń na temat UE i samych funduszy pokazują, że Polacy najwyraźniej widzą wpływ pieniędzy unijnych na poprawę sytuacji w skali kraju. Najlepiej oddaje to hasło promocyjne: *Polska pięknieje*. Trochę gorzej jest z zauważaniem zmian na poziomie regionu (np. województwa). Najtrudniej zaś dostrzegamy zmiany w najbliższym otoczeniu. To znane w psychologii zjawisko można nazwać „efektem dalekowzroczności”.

W tym miejscu powstaje pytanie: jaką przyjąć strategię pisania o FE, by efekt dalekowzroczności przełamać?

Rada może być tylko jedna. Skoro przeciętny Polak nie zauważa zmian w najbliższym otoczeniu, trzeba mu te zmiany jak najczęściej pokazywać. Strategia ta powinna zmienić architekturę informacji w dyskursie o FE. Otóż na wyeksponowanym miejscu (np. na początku tekstu lub w formie wizualnej) należy przekazywać informacje o bezpośrednich efektach i korzyściach dotyczących zwykłego człowieka.

Ważny jest też język, którym piszemy o dotacjach. Skoro odbiorcą jest zwykły człowiek, to nie należy używać słownictwa wywołującego negatywne skojarzenia. Autor poniższego fragmentu zamierzał zachęcić ludzi do udziału w konkursie. Niestety, użycie słowa *zastrzyk* mogło wywołać efekt przeciwny:

W sensie poznawczym jesteśmy dalekowidzami. Nie zauważamy zmian w najbliższym otoczeniu, widzimy je natomiast w skali regionu i kraju. Częściej zatem warto pisać o sukcesach zwykłych ludzi i lokalnych społeczności niż o wielkiej modernizacji całego kraju.



Czasu jest niewiele, a dwa konkursy (drugi wciąż trwa) wyczerpały zaledwie połowę unijnego zastrzyku.



Strategia czwarta: lokalizacja

Kolejną cechą myślenia potocznego jest lokalność. Zwykły człowiek w swojej codziennej aktywności koncentruje się na sobie i swoim najbliższym otoczeniu. Jeśli chcemy, by nasz tekst był dobrze zrozumiany, powinniśmy osadzić go w realiach dobrze znanych odbiorcy. Tematyka, którą można wykorzystywać, to: dom, praca, relacje międzyludzkie, rozrywka itp.

Trochę przypomina to przystosowywanie filmów animowanych do polskiego kręgu kulturowego. W polskich kinach usłyszymy aluzje i nawiązania do naszej rzeczywistości społecznej.

Spójrzmy na doskonały przykład realizacji tej strategii. Autor poniższego tekstu porównał fundusze do wygranej w Lotto, a składanie wniosku – do samej gry. Realizacja tego konceptu jest naprawdę dobra. W tekście są emocje, pytania i odpowiedzi, wyrazy nacechowane pozytywnie, zachęty i przykład z życia.



Fundusze Europejskie, które możemy w Polsce wykorzystać, to wielkie pieniądze! Jak wielkie? Wielu miłośników totalizatora 50-milionowa kumulacja przyprawia o zawrót głowy, pieniędzy z europejskich funduszy jest ponad 5000 razy więcej. Warto zagrać! Zmiany, jakie możemy sobie zafundować z pomocą unijnych pieniędzy, najłatwiej zauważyć w turystyce: Polska pięknieje z dnia na dzień.

Strategia piąta: zmysłowość

Kolejną ważną cechą języka zwykłego człowieka jest zmysłowość (sensoryczność). Można powiedzieć, że jest to właściwość najbardziej podstawowa. Otóż język, którym się posługujemy, odwzorowuje sposób, w jaki doświadczamy świata – a doświadczamy go wszystkimi zmysłami.

Okazuje się jednak, że w pewnym momencie jeden z tych zmysłów zaczyna dominować nad pozostałymi. W naszym umyśle działa już wtedy filtr, który kształtuje nasze myślenie i sposób komunikacji. I tak właśnie powstają trzy typy ludzi: wzrokowcy, słuchowcy i kinestetycy.

Istnieje hipoteza, że każdy z nas ma zakodowany swój filtr w języku, którego używa. Wystarczy tylko przeanalizować czyjaś wypowiedź i filtr zostaje odkryty. Wiedzę tę wykorzystuje się zwykle niegodziwie (zwłaszcza w obszarach handlu i ubezpieczeń). Można ją jednak wykorzystać zgodnie z etyką, np. przygotowując się do uczestnictwa w komunikacji publicznej.

Zacznijmy od tego, że nie wiemy, jak ukształtowana jest percepcja naszego audytorium. Musimy założyć, że ludzie czytający nasze teksty reprezentują różne typy percepcyjne. Jeśli chcemy, by nas zrozumieli, pomóżmy im w tym, używając w tekście możliwie różnorodnego słownictwa, to znaczy wyrazów aktywujących wszystkie zmysły.

Poniżej przedstawiamy trzy listy takich słów i wyrażen. W tekstach powinniśmy ich używać zamiennie. Niemal wszystkie formy mogą być używane dosłownie, jak i metaforycznie.

WZROK	barwa, ciemny, coś jawi się jako, czysty, dostrzegać, horyzont, ilustrować, iluzja, jasny, mglisty, mgła, nie mieć cienia wątpliwości, coś wygląda na coś / że coś, niejasny, obraz, obserwować, oczy, odbijać, odkryć, oglądać, patrzeć, perspektywa, pogląd, pokaz, pokazać, przegląd, przejrzyć kogoś, przejrzyć na oczy, przewidzieć, przyglądać się, przymknąć na coś oko, punkt widzenia, rzucać cień, rzucać światło, rzucić okiem, scena, światopogląd, świecić, świetlana przyszłość, ujawnić, wgląd, widać / nie widać, widzieć, widzieć coś w ciemnych barwach, w jasnych barwach, wizualizować, wygląda, wyjaśnić, wyobrazić sobie, wyobrażnia, wypatrywać czegoś, wyraźny, z jednej strony – z drugiej strony, zauważyć, zlokalizować, zogniskować uwagę
SŁUCH	akcent, akcentować, brzmieć, cisza, co słychać?, coś brzmi nieźle, coś nie gra, coś piszczy w trawie, coś zgrzyta, dać posłuch, dyskutować, dzwonić, dzwonić w uszach, dźwięk, głuchy, harmonia, harmonijny, harmonizować, współgrać, krzyczeć, monotonny, mówić, niemy, ogłosić, oniemiały, opowiadać, ostatni dzwonek, powiedzieć, przenikliwy, pytać, rytm, słuchać, słyszalny, spokojny, śpiewająco, ton, wymawiać, wypowiadać, wyrażać się, coś zostało bez echa
RUCH I DOTYK	ciągnie się, ciepły, cierpieć, ciężki, ciężko, ciśnienie, czuć, delikatny, dotrzeć się, dotarcie, dotyk, dotykać, dotykálny, drapać, fundament, gładki, gładko, gorąco, intuicja, jak po maśle, koncentrować, kontakt, kontaktować się, manipulować, martwy punkt, masywny, nacisk, naciskać, napięcie, pchać, pochwycić, przyłożyć do czegoś rękę, solidny, stabilny, szorstki, tracić grunt pod nogami, trzeć, trzymać, trzymać nerwy na uwięzi, twardy, uchwycić, ważki argument, wyczuwać, załapać, zatrzymywać, zimny, zmieniać, zmysłowy

Strategia szósta: zdrowy rozsądek

Zamiast podsumowania przedstawimy jeszcze jeden, najważniejszy, komponent myślenia potocznego – zdrowy rozsądek. Myślenie zdroworozsądkowe jest nadrzędne w stosunku do pozostałych właściwości stylu potocznego. Jest przy tym alogiczne. Oznacza to, że nie działają w nim prawa logiki, a racjonalność oparta jest na doświadczaniu i przeżywaniu świata, a także na akceptowaniu odkrytych w ten sposób prawd. Zauważmy na przykład, że w języku potocznym dalej trwa okres przedkopernikański, skoro mówimy, że słońce *wschodzi* i *zachodzi*. Odległości mierzymy zaś własnym ciałem, a nie obiektywnymi miarami: *coś jest pod ręką*, *coś jest dwa kroki stąd* itd.

Mówimy też *mucha siedzi na suficie*, chociaż logika podpowiada, że *być na czymś* to 'dotykać czegoś od góry'. Naturalny język potoczny nie jest logiczny. Nie bójmy się pisać w tym stylu. Nie piszemy przecież tekstu prawnego czy naukowego. Nie piszmy też w sposób sztuczny i na siłę. To nie jest stylizacja czy naśladowanie. Każdy z nas używa tego języka na co dzień. W pewnym sensie jesteśmy pod tym względem intuicyjnymi specjalistami. Używajmy form powszechnie akceptowanych w zwykłej, codziennej komunikacji. To powinno pomóc czytelnikom nas zrozumieć.



V

Poprawność też jest ważna...

Jak pamiętamy, wszystkie zjawiska wpływające na poziom zrozumiałości tekstu można sprowadzić do trzech podstawowych zasad:

- pisząc tekst, przyjmuj perspektywę odbiorcy (empatia),
- pisząc tekst, dokonuj spójnych wyborów,
- pamiętaj o zasadach poprawności.

POPRAWNE UŻYCIE WYRAZÓW

Ten rozdział naszego poradnika poświęcamy przypadkom łamania zasady nr 3, czyli błędom językowym. Oczywiście, nie wszystkie usterki językowe mają taki sam wpływ na rozumienie przekazu. Jedne utrudniają skuteczność komunikatów, inne świadczą o nieporadności językowej, a jeszcze inne powodują, że nie możemy stylu naszej wypowiedzi nazwać wzorowym. W tym rozdziale przyjrzymy się usterkom językowym, które:

- naruszają zasady skutecznego komunikowania,
- wykraczają poza zasady poprawności językowej,
- nie mieszczą się w kryteriach stylu wysokiego i elitarnego.

Zanim powstaną dłuższe teksty, powinniśmy zastanowić się nad używanymi wyrazami. Często właśnie ich właściwy wybór sprawia użytkownikom języka najwięcej problemów. Wynika to z kilku przyczyn:

- po pierwsze – w naszym słownictwie jest wiele wyrazów, które mają kilka znaczeń, a nawet w różnych kontekstach w zdaniu mogą wywoływać rozmaite skojarzenia;
- po drugie – ważną zasadą jest to, że jedne słowa w tekście łączą się z innymi, inne zaś – nie tolerują się wzajemnie;

nie wszystkie wyrazy
łączą się ze sobą

- po trzecie – nie wszystkie wyrazy, które znajdujemy w rozmaitych słownikach, używane są przez nas na co dzień, tzn. w potocznej, codziennej komunikacji, zrozumiałej dla wszystkich osób, z którymi chcielibyśmy się porozumiewać;
- po czwarte – w języku pojawiają się rozmaite zapożyczenia, wyrazy modne i szablonowe, które można swobodnie zastępować zrozumiałymi dla wszystkich i powszechnie używanymi odpowiednikami.

Błędy wyrazowe utrudniające skuteczność i przejrzystość wypowiedzi

WYRAŻENIA, KTÓRE MOŻNA UPROŚCIĆ

Zacznijmy zatem nasz przegląd od błędów wyrazowych, które naruszają zasadę skuteczności komunikacyjnej i utrudniają zrozumienie przekazu.

niektóre połączenia
wyrazowe można uprościć

W tekstach oficjalnych pojawia się wiele wyrażeń, które świadczą o nieumiejętności precyzyjnego wypowiadania się. Przykładowo, nieporęczne wyrażenie *zwiększenie działań eksportowych* znaczy tyle samo co 'zwiększenie eksportu'. Szukajmy zatem w naszych tekstach połączeń wyrazowych, które można zastąpić pojedynczymi lub krótszymi odpowiednikami:

- *postępuje podpisywanie umów* → *umowy są podpisywane*,
- *złożyć pytanie (zapytanie)* → *zapytać*,
- *zaprosić do procedury dialogu konkurencyjnego* → *zaprosić do dialogu konkurencyjnego*,
- *usługi doradcze* → *doradztwo*,
- *musi mieć oddziaływanie* → *musi oddziaływać*,
- *opracować ułatwienia* → *ułatwić*.

Taka prosta korekta sprawi, że nasze zdania będą miłsze dla ucha i przejrzystsze. Jeśli to możliwe, próbujmy w podobny sposób zmieniać także całe zdania:



Sprawdzaniu podlegać będzie fakt wskazania przez wnioskodawcę źródeł pokrycia deficytu.



Sprawdzaniu podlegać będzie wskazanie przez wnioskodawcę źródeł pokrycia deficytu.

NIELOGICZNE POŁĄCZENIA WYRAZOWE

Bardzo ważną zasadą czytelnego stylu jest umiejętność wybierania słów, które są precyzyjne. Niejednokrotnie chcąc uwydatnić nasze myśli w tekście, zapominamy o tym kryterium. Powstają wówczas połączenia wyrazowe bogate w formie, a nielogiczne pod względem treści. Takie usterki językowe nazywamy pleonazmami lub tautologiami. Pojawiają się one także w codziennym użyciu. W języku potocznym znamy wiele takich nietrafionych powiedzeń, np.: *cofać się do tyłu*, *dzień dzisiejszy*, *okres czasu*, *wchodzić do góry*. Błędy te pojawiają się wówczas, kiedy chcemy z przesadą podkreślić znaczenia słów. W rzeczywistości jednak nie wnosimy niczego nowego do wypowiedzi, a jedynie powtarzamy tę samą treść. Te sformułowania przenikają do naszego języka najczęściej z komunikatów prasowych (np. *świadek naoczny*, *akwen wodny*, *pochodzenie źródeł*, *najświeższe nowości* itp.). Na szczęście, pleonazmy i tautologie – to błędy, które łatwo poprawimy. Wystarczy usunąć wyrazy, które powtarzają tę samą treść.

pleonazmy, tautologie
- „masło maślane”

Nie zawsze autorzy instrukcji urzędowych mają świadomość tego, że wyrażenie *wsparcie pomocowe* zbudowane jest z dwóch niemalże synonimicznych wyrazów. Dlatego też w zdaniach należałoby używać ich zamiennie, np.: *Beneficjenci otrzymają wsparcie z UE*, lub: *Beneficjenci otrzymają pomoc z UE*.

Korekty polegające na usuwaniu słów powielających identyczne znaczenie wymagają też inne wypowiedzenia:

Wszyscy konsultanci KSI powinni charakteryzować się także praktycznym doświadczeniem...



Wszyscy konsultanci Krajowego Systemu Innowacji powinni mieć doświadczenie w...



Państwa UE miały rok czasu na dostosowanie swego prawa.



Państwa UE miały rok na dostosowanie swego prawa.



[Coś] nie spełnia wymogów formalnych dla utworzenia SE.



[Coś] nie spełnia wymagań utworzenia spółki europejskiej.



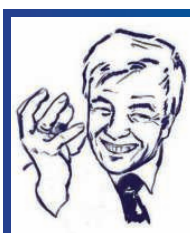
SŁOWA NIEZROZUMIAŁE

W tekstach podejmujących problemy ekonomiczne, finansowe, administracyjne pojawia się bardzo trudna terminologia. Wiele wyrażen przypomina magiczne zaklęcia znane jedynie osobom zawodowo związanym z polityką, prawem, finansami. Pamiętajmy jednak, że komunikaty o FE piszemy do odbiorców, którzy reprezentują różne grupy zawodowe, środowiskowe i społeczne. Starajmy się zatem – w miarę możliwości – zamieniać trudne w odbiorze terminy wyrazami rozpowszechnionymi w polszczyźnie ogólnej. Ta uwaga dotyczy w szczególności wyrazów zapożyczonych z języka angielskiego. Przeciętny odbiorca naszych tekstów z trudem zrozumie, co oznaczają „magiczne” wyrazy typu: *spin-off*, *seed capital*, *know-how*, *on-line*.

Błędy wyrazowe naruszające zasady poprawności

WYRAZY MYLONE LUB ŹŁE POŁĄCZONE

Wszystkie omówione dotąd problemy dotyczą stylu pisanego, który można doskonalić, aby był prosty i komunikatywny. Najwięcej jednak dylematów poprawnościowych pojawia się w momencie łączenia i zestawiania różnych słów w dłuższe wyrażenia i zdania. Okazuje się, że nie wszystkie wyrazy mogą się pogodzić w jednym zdaniu. Bywa też tak, że nie wszystkie wyrazy się tolerują. Często zdarza się nam mylić ich znaczenia lub posługujemy się słowami, które w danym kontekście mają zupełnie inne znaczenie niż to, które mamy na myśli. Zły dobór



Przymiotnik *kluczowy* jest nadużywany w tekstach administracyjnych. Warto zastępować go synonimami typu: *najważniejszy*, *podstawowy*, *główny*.

wyrazów to jeden z najpoważniejszych błędów językowych. Przykładowo, w wypowiedziach administracyjnych bardzo często mylnie używany jest wyraz *wnioskować* ‘składać wniosek o coś / występować z jakimś projek-

tem’. Tymczasem wyraz *wnioskować* ma charakter książkowy i powinien być używany jedynie w znaczeniu ‘wyciągać z czegoś wnioski’. To rażące sformułowanie pojawia się w zdaniu:



Przedsiębiorcy wnioskowali o dotacje w łącznej kwocie...



Przedsiębiorcy złożyli wnioski o dotacje w łącznej kwocie...

Podobny problem dotyczy rozszerzania znaczenia czasownika *certyfikować* do ‘zapisywać, dokumentować, uwierzytelniać, wysyłać nowe dokumenty itp.’ – zamiast tradycyjnego ‘poświadczать umiejętności’:

Taką również kwotę certyfikowano do Komisji Europejskiej



Taką również kwotę udokumentowano przed Komisją Europejską



Przyjrzyjmy się zatem innym błędom polegającym na użyciu słów w niepoprawnym kontekście (lub słów w niewłaściwym znaczeniu):

Na pełnych prawach [Polska] uczestniczy w czterech swobodach gospodarczych: przepływie ludzi, kapitału, dóbr i usług, będących podstawą funkcjonowania Jednolitego Rynku Europejskiego



Autor wypowiedzi pomylił znaczenia dwóch wyrażen: *korzysta z czegoś* oraz *uczestniczyć w czymś* ‘brać w czymś udział’. W tym zdaniu należy również poprawić kolejność wyrazów:

[Polska] na pełnych prawach korzysta ze swobód gospodarczych: z przepływu ludzi, kapitału, dóbr i usług, które są podstawą funkcjonowania jednolitego rynku europejskiego.



Jeszcze inny typ błędu możemy zaobserwować tutaj:

Prawo krajowe określa, czy dane EZIG wyposażone jest w osobowość prawną. [...] Ponadto EZIG wyposażono w organy – zarządców oraz wspólników



Czasownik *wyposażać / wyposażyc* w znaczeniu ‘zaopatrywać w coś, dostarczać komuś coś potrzebnego’ łączy się z rzeczownikami nazywającymi przedmioty, zbiory, rzeczy materialne; nie należy zatem używać go w połączeniach z rzeczownikami abstrakcyjnymi. W zdaniu tym ponadto słowo *organy* użyte zostało w znaczeniu przenośnym, co wprowadza do wypowiedzi niezamierzony efekt komiczny. Całą wypowiedź należałoby poprawić w sposób następujący:

Prawo krajowe określa, czy dane europejskiego zgrupowania podmiotów gospodarczych mają osobowość prawną [...] Ponadto europejskie zgrupowania podmiotów gospodarczych mają swe podmioty prawne – zarządców i wspólników.



Kolejny przykład wyrazów użytych w mylnym znaczeniu:



Pieniądze te odegrały znaczącą rolę w amortyzacji negatywnych skutków spowolnienia gospodarczego.

Błąd w tym zdaniu polega na odczytaniu odległego, przenośnego sensu słowa *amortyzacja*. Rzeczownik ten najczęściej używany jest jako termin nazywający zjawiska fizyczne:



Wzajemnemu zrozumieniu nie sprzyjają formy specjalistyczne – obce polszczyźnie potocznej. Zwykły użytkownik języka uważa je za sztuczne, napuszone i pretensjonalne.

‘łagodzenie za pomocą specjalnego urządzenia wstrząsów’. Może on być – co prawda – używany w tekstach o tematyce ekonomicznej, ale pod warunkiem, że oznacza ‘zmniejszanie się wartości jakichś przedmiotów,

budynków na skutek zużywania się ich itp.’ W kontekście rozważań o negatywnych skutkach kryzysu gospodarczego należy raczej mówić o ich łagodzeniu. Dlatego też cały komunikat zredukujemy już poprawnie:



Pieniądze te odegrały znaczącą rolę w łagodzeniu negatywnych skutków spowolnienia gospodarczego.

Niekiedy zdarza się nam skrzyżować dwa utarte połączenia wyrazowe. W konkursie na najczęściej zamieniane wyrażenie wygrałaby chyba fraza *pełnić rolę* – zamiast poprawnych: *pełnić funkcję* / *odgrywać rolę*. Ten sam rodzaj błędu dotyczy również poniższego wypowiedzenia:



Gminy dzięki inwestycjom podnoszą swój budżet.

W tym wypadku skrzyżowały się wyrazy należące do dwóch fraz: *podnieść wyniki*, ale *zwiększyć budżet*. Po drobnych poprawkach zdanie to powinno mieć następującą formę:



Gminy dzięki inwestycjom zwiększają swój budżet.

Bardzo często w wypowiedziach administracyjnych mylone są znaczenia i konteksty takich wyrazów, jak np.:

- *okoliczność* ‘zajście, fakt towarzyszący czemuś, sposobność’ zamiast: *możliwość*:



Tę okoliczność stwarza Program Innowacyjna Gospodarka...

- *bieżący* ‘przypadający na obecną chwilę, teraźniejszy’ (*bieżący rok*) zamiast: *stały, ciągły, nieustanny*:

Zachęcamy do zapoznania się z harmonogramem oraz do bieżącego monitorowania strony www.poig.gov.pl.



WYRAZY W ZŁYCH KONTEKSTACH

Zasady poprawności stylistycznej mówią, że:

- ważne są znaczenia słów, których używamy;
- niektóre wyrazy tworzą rozmaite połączenia (*odnieść sukces, odnieść zwycięstwo*), inne się wykluczają (*odnieść porażkę* – zamiast poprawnie: *ponieść porażkę*);
- wyrazy mogą mieć kilka różnych znaczeń – w każdym słowniku takie użycie opatrzone jest odpowiednim komentarzem (tzw. kwalifikatorem).

Tę ostatnią regułę trzeba rozwinąć. Pamiętajmy, że dodatkowe znaczenia wyrazów mogą wynikać z kontekstu ich użycia. Dlatego też zawsze powinniśmy się zastanowić nad tym, czy połączenia rozmaitych słów nie zaburzą logiki przekazu. Niewłaściwe połączenia mogą zmieniać sensy całych zdań, wprowadzać zbędne skojarzenia, a nawet – niezamierzony humor. Na to ostatnie niebezpieczeństwo narażone są szczególnie słowa wieloznaczne lub konstrukcje należące do odległych od siebie zbiorów wyrazów. Nie można przecież swobodnie zestawiać wyrazów konkretnych z rzeczownikami abstrakcyjnymi:

Młodzi przedsiębiorcy dosłownie zasypali PARP wnioskami.



W tym wypadku powstała niefortunna przenośnia. Jest ona charakterystyczna, co prawda, dla stylu prasowego lub wypowiedzi potocznych, obrazowych, ale w oficjalnym sprawozdaniu trzeba ją zastąpić czasownikiem o znaczeniu ‘dostarczać czegoś w dużej ilości’, który poprawnie łączy się z wyrazem *wniosek*:

Młodzi przedsiębiorcy złożyli w agencji wiele wniosków.



Podobnie w przypadku następującego zdania:

Rundy aplikacyjne potrważą dwa do trzech miesięcy.



Wątpliwości budzi nazbyt przenośne użycie słowa *runda*. Co prawda *rundy aplikacyjne* to termin stosowany zwyczajowo, jednak oznacza on działanie jednorazowe, a nie etapowe. W tym kontekście nie jest to termin najtrafniejszy. Warto byłoby go zastąpić wyrażeniem *nabór wniosków*:



Nabór wniosków potrwa od dwóch do trzech miesięcy.

Tutaj z kolei doszło do poważnej usterki stylistycznej:



„Societas Europaea” (SE) stanowi próbę utworzenia organizmu mającego ułatwić jednoczesne prowadzenie interesów w różnych krajach wspólnoty.

Autor wypowiedzi porównał w sposób metaforyczny spółkę europejską do wielkiego organizmu. Nie można jednak rzeczownika *organizm* łączyć w takim kontekście z czasownikami typu *stwarzać*, *tworzyć*.

Jeszcze inny typ usterki możemy zauważyć w poniżej:



Polska nie ma „przewodniego motywu”, który mógłby stać się kreatorem, a zarazem podstawą koordynacji działań promocyjnych.

Wyraz *kreator* to synonim rzeczownika *twórca*. W języku ogólnym występuje on w swym tradycyjnym znaczeniu, ale w stylu prasowym, a zwłaszcza w stylu reklamowym, jest nadużywany (np. *kreator mody*, *kreator dźwięku*, *kreator nowego stylu* itp.). Warto więc powyższą, nazbyt obrazową treść zamknąć w następującym zdaniu:



Stylistyczną manierycznością odznaczają się takie postacie leksykalne, jak: *posiadać*, *kondycja*, *bardziej ambitny*, *adekwatny*, *aktualnie*, *iż*, *takowy*. Wyrazów tych najlepiej unikać.



Polska nie ma „przewodniego motywu”, który pozwoliłby prowadzić i koordynować działania promocyjne.

Spójrzmy na kolejny przykład podobnego rodzaju:



O wsparcie mogą aplikować wyłącznie przedsiębiorcy, a wyjazd na targi czy misje jest tylko elementem składowym rozbudowanego przedsięwzięcia.

Wyraz *misja* w powszechnym użyciu występuje w znaczeniu ‘posłannictwa’, ‘ważnej wyprawy’, ‘przedstawicielstwa dyploma-

tycznego, 'zgromadzonej działalności religijnej'. W kontekście mówienia o przedsięwzięciach handlowo-gospodarczych, najczęściej zagranicznych, może wywoływać zbędne skojarzenia, zwłaszcza pozostawiony bez określenia „gospodarcza”. Warto też pamiętać, że *jedzie się gdzieś z misją gospodarczą, a nie na misję*.

O wsparcie mogą występować wyłącznie przedsiębiorcy, a wyjazd na targi czy podróż z misją gospodarczą jest tylko częścią rozbudowanego przedsięwzięcia.



WYRAZY NIEPOPRAWNIE UTWORZONE

Przygotowując teksty na temat FE, pamiętajmy, że do polszczyzny nie można swobodnie przenosić wielu wyrazów, szczególnie tych, które występują w oryginalnych dokumentach. Często źródłem rażących błędów słownikowych są nowe konstrukcje językowe, które zawierają w swojej budowie rodzime słowa, a zostały utworzone za pomocą cząstek obcojęzycznych. Takie wyrazy nazywamy neologizmami. Jesteśmy świadkami ich gromadzenia się w najnowszej polszczyźnie. Przybywa nowych terminów nazywających zjawiska ekonomiczne, naukowe, szczególnie w dziedzinie informatyki i technologii. Nie każde jednak słowo, naśladujące wyrazy obce, znajduje swoje miejsce w naszym języku. Szczególnie uważajmy na nowe słowa, w których pojawiają cząstki: *multi-*, *pre-*, *pro-*.

Oto lista słów często pojawiających się w tekstach poświęconych Funduszom Europejskim, które – w świetle panujących kryteriów poprawności językowej – należałoby zastąpić lepszymi odpowiednikami:

- *multifunkcyjny* → *wielofunkcyjny*, lepiej: *wyposażony w wiele funkcji*,
- *multiplikować* → *mnożyć*,
- *prefinansowanie* → *wcześniejsze, wstępne finansowanie*,
- *preumowa* → *umowa przedwstępna*,
- *proeksportowy* → *popierający eksport*,
- *proeuropejski* → *przychylny wszelkim działaniom, pomysłom, inicjatywom dotyczącym Unii Europejskiej*,
- *proinnowacyjny* → *pozytywnie nastawiony do jakichś nowych pomysłów, innowacji, wspierający innowacje, nowe pomysły*,
- *proobywatelski* → *popierający działania, inicjatywy obywatelskie, przychylny obywatelom*.

Usterki językowe związane z używaniem słów szablonowych i modnych

Użytkownicy języka, wrażliwi na zasady poprawności, powinni wiedzieć, że o poziomie naszych wypowiedzi świadczy również bogactwo słownictwa. Język dysponuje przecież wieloma środkami opisywania rzeczywistości. Umiejętność pisania wiąże się także z umiejętnością wyboru odpowiedniego słowa ze zbioru wyrazów mu pokrewnych lub bliskoznacznych. Każdy też wyraz powinien być wykorzystany w odpowiednim celu i w odpowiedniej funkcji. Jest to podstawowa zasada poprawności stylistycznej. Nasze wypowiedzi będą utrzymane na wysokim poziomie, jeśli będziemy się starali unikać szablonowych i skostniałych sformułowań. Zdarza się, że w tekstach medialnych czy reklamowych spotykamy się z wyrazami, których częstość użycia przeważa. Nie oznacza to jeszcze, że wszystkie słowa, które się powtarzają w wypowiedziach znanych polityków, dziennikarzy, ekspertów medialnych, można uznać za wzorcowe. Niekiedy bywa wręcz odwrotnie.

To właśnie słowa nazbyt często powtarzane w oficjalnych komunikatach – choć sprawiają wrażenie konstrukcji lepszych, wytworniejszych – w istocie doprowadzają do zubożenia języka. Szczególnie na ich wpływ narażeni są ci użytkownicy języka,



Bardzo często stosowany przymiotnik *wiodący* (np. *wiodący partner*, *wiodący projekt*, *wiodący priorytet*) jest rażącym błędem słownikowym. Należy zastępować go synonimami, np.: *główny*, *przewodni*, *kierujący*, *najlepszy*.

k którzy bezkrytycznie powielają utarte wyrażenia, takie jak: *idea*, *generalnie*, *globalny*, *prawidłowy*, *masowy*, *wiodący*, *potencjalny*, *inteligentny*, *szybki*, *salonowy*, *trendy* (z języka angielskiego), *kultowy* itd., a zapominają

o mniej pretensjonalnych odpowiednikach tych wyrazów. Niekiedy nadmiar takich słów doprowadza do przeinaczenia naszych zamiarów komunikacyjnych. Za przykład niech posłużą wybrane zdania z popularnym przymiotnikiem *przysłowiowy*:



Nam jednak chodzi o stworzenie globalnych marek, tej przysłowiowej „polskiej Nokii”.



Rozwiązanie okazało się strzałem w przysłowiową „dziesiątkę”.



Teraz jest nasze przysłowiowe „pięć minut”.

Autorzy tych wypowiedzeń za pomocą przymiotnika *przysłowiowy* zapewne chcieli złagodzić sens przenośny użytych z zdaniach potocznych sformułowań (*polska Nokia, dziesięćka, pięć minut*). Każde ze zdań okazało się jednak nielogiczne. Podstawowe znaczenie przymiotnika *przysłowiowy* – to tyle co ‘wzięty z utartych sformułowań językowych, powszechnie znany, utarty’.

Kierując się zatem ważną zasadą różnorodności stylistycznej, starajmy się zastępować – o ile to możliwe – wyrazy, wyrażenia i zwroty modne ich bardziej naturalnymi odpowiednikami. Lista proponowanych zamienników znajduje się w *Dodatkach*.

Pamiętajmy o jeszcze jednej ważnej zasadzie używania wyrazów. Reguły dobrego i czytelnego stylu mówią o tym, aby w tekstach przeznaczonych do powszechnego odbioru unikać terminów i wyrażeń, które nie są ogólnie zrozumiałe. Pewną przypadłością tekstów specjalistycznych, w tym także komunikatów podejmujących tematykę ekonomiczną Unii Europejskiej, jest nadmiar słów znanych wyłącznie specjalistom. Jeśli więc mamy na uwadze odbiorcę, który niekoniecznie sprawnie porusza się w gąszczu zawiłych terminów z dziedziny ekonomii, finansów czy prawa, próbujmy te wyrazy zastępować łatwiejszymi synonimami. Ta uwaga przykładowo dotyczy wyróżnionych wyrazów w poniższych zdaniach:

Obligatoryjne jest korzystanie ze wskaźników kluczowych z listy **zaimplementowanej** do KSI SIMIK 07-13...

Dzięki współpracy z Wrocławskim Medycznym Parkiem Naukowo-Technologicznym wdrażane są usługi elektronicznego **rekordu** pacjenta wzorowanego na czeskich doświadczeniach.

Mocno zaawansowana jest **kontraktacja** środków w ramach 7. Osi priorytetowej „Społeczeństwo informacyjne – budowanie elektronicznej administracji”.



POPRAWNA BUDOWA ZDAŃ

Do tej pory poznaliśmy porady dotyczące użycia wybranych typów wyrazów oraz zasady ich łączenia. W dłuższych wypowiedziach posługujemy się jednak wieloma słowami. Wyrazy zaczynają się dopasowywać do siebie podobnie jak elementy układanki. Aby ją dobrze ułożyć, nie wystarczy rozpoznawać poszczególne

jej elementy. Trzeba znać również reguły ich łączenia. Nasze zdania przypominają taką kombinację różnych słów. Reguły ich budowania poznajemy wraz z uczeniem się języka. Krótsze zdania



Wyrażenia typu: *stricte, sensu stricto, ad rem, nota bene* są ozdobnikami stylistycznymi w tekstach naukowych. Nie powinny się pojawiać w tekstach mówiących, jak szybko i sprawnie złożyć dokumentację dotyczącą FE.

zwykle budujemy bez wysiłku – dłuższe wymagają większej kompetencji i sprawności komunikacyjnej.

Kontynuując nasze rozważania na temat poprawności wypowiedzi, zapoznajmy się z uproszczonymi zasa-

dami, które pomogą nam w budowaniu poprawnych, czytelnych i atrakcyjnych treściowo zdań:

- Im więcej czasowników, tym więcej zdań.
- Krótsze zdania są łatwiejsze w odbiorze.
- Wyrazy w tekście łączą się w grupy (in. związki składniowe), starajmy się więc pilnować wzajemnych połączeń między poszczególnymi wyrazami.
- Zdania zawierające zbyt dużą liczbę rzeczowników i przymiotników są trudniejsze w lekturze niż te z dużą liczbą czasowników.
- Zdania wielokrotnie złożone lepiej zastąpić kilkoma zdaniami pojedynczymi.
- Nie można zupełnie swobodnie zmieniać układu gramatycznego zdania.
- Nie można całkowicie dowolnie zamieniać przyimków, spójników i zaimków.

Błędy w budowie zdań zaburzające logikę, przejrzystość i skuteczność wypowiedzi

DODATKI UTRUDNIAJĄCE LEKTURĘ

Kiedy mamy zamiar zredagować komunikaty o Funduszach Europejskich, zapewne chcemy, aby nasz czytelnik szybko zebrał jak najwięcej informacji i równie szybko złożył odpowiedni wniosek. Nasze wypowiedzi zatem powinny głównie informować, doradzać, zachęcać do tego działania. Jeśli więc koncentrujemy swą uwagę na faktach, wskazówkach, danych liczbowych, unikajmy zbędnych konstrukcji językowych, które jedynie zasłaniają ważne informacje. Takimi zbędnymi zdaniami w tekstach użytkowych są dopowiedzenia, wtrącenia i uwagi, za pomocą których chcemy podkreślić wagę naszych słów.

W odbiorze tekstów administracyjnych, prawnych, urzędowych przeszkadzają takie konstrukcje językowe, jak dopowiedzenia i komentarze wzmacniające ton naszego przekazu, powtórzenia tej samej treści np.:

Przypomnijmy, iż mowa o projektach badawczych z wykorzystaniem metody foresight, oznaczającej, **ogólnie rzecz biorąc**, rozpatrywanie potrzeb danej dziedziny w przyszłości, **naturalnie**, w **stricte** praktycznych celach.



Powyższe zdanie nie będzie uboższe w najważniejsze informacje, jeśli usuniemy z niego takie wyrażenia jak *ogólnie rzecz biorąc* i *naturalnie*:

Przypomnijmy, że mowa o projektach badawczych wykorzystujących metodę foresight, która oznacza rozpatrywanie potrzeb danej dziedziny w przyszłości, w ściśle praktycznych celach.



Przyjrzyjmy się teraz kolejnemu zdaniu:

Do proaktywnego podejścia do działań eksportowych nie zachęca też sytuacja makroekonomiczna, czyli – **krótko mówiąc** – światowy kryzys.



Zauważmy, że zdanie opisuje jeden temat za pomocą dwóch wyrażen: raz konkretnie (*światowy kryzys*), raz za pomocą rozbudowanego wyrażenia (*sytuacja makroekonomiczna*). To podwojenie określeń nie wnosi do zdania nowej treści, więc można je swobodnie zredukować krócej:

Do aktywnego podejścia do działań eksportowych nie zachęca światowy kryzys.



Aby wypowiedź ta była atrakcyjniejsza, powinniśmy w niej dokonać jeszcze kilku poprawek. Powróćmy więc znów na chwilę do zasad wyłożonych w tym rozdziale naszego poradnika:

- nie pomnażajmy treści pojedynczych wyrazów,
- zastępujmy długie wyrażenia krótki słowami,
- używajmy naturalnego porządku (szyku) wyrazów w zdaniu,
- ograniczajmy liczbę rzeczowników w zdaniach.

Wykorzystując te zalecenia, otrzymamy jasny komunikat:

Światowy kryzys ekonomiczny zniechęca aktywnych ludzi do eksportu.



Warto zauważyć, że i ów wariant – zgodnie zresztą z wolą nadawcy wyrażoną w pierwotnej wersji słowami *krótko mówiąc* – można zastąpić jeszcze krótszym zdaniem:



Światowy kryzys ogranicza eksport.

Przejrzystość wypowiedzi zaburzają również:

- zapisy nawiasowe, jeśli te nie wnoszą żadnych nowych danych merytorycznych, liczbowych, wskazówek,
- długie tytuły ustaw, nazwy sprawozdań, cytaty wyjęte z tekstów instruktażowych i administracyjnych,
- nieczytelne skróty tytułów dokumentów, nazw instytucji:



Sprawdź, która z IP lub IP2 prowadzi nabór wniosków, w ramach interesującego nas Działania lub Poddziałania.

KILKA ZDAŃ W MIEJSCE JEDNEGO

Pamiętajmy, że nasze teksty użytkowe nie są sprawdzianem umiejętności posługiwania się zawiłymi konstrukcjami gramatycznymi. Nie bójmy się zatem wyrażać prostych komunikatów w odpowiedniej dla nich formie. Zwięzłość – to złota zasada dobrego stylu. Możemy ją osiągać w naszych tekstach, rozbijając monotonne i długie wypowiedzenia na zdania prostsze. Spróbujmy zatem uporządkować poniższe wypowiedzenie:



Oprócz typowych dokumentów, wymaganych przez bank do oceny zdolności kredytowej, przedsiębiorca powinien przygotować: opinię napisaną przez jednostkę naukową, centrum badawczo-rozwojowe lub stowarzyszenie naukowo-techniczne potwierdzającą, że mamy do czynienia z nową technologią, sporządzoną przez jedną ze wspomnianych instytucji charakterystykę zawierającą opis technologii, sposobu jej wdrożenia oraz niezbędnych do jej zastosowania środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych oraz opis produktu lub usługi, a także biznesplan inwestycji wraz z harmonogramem finansowym.

- Na początek odnajdźmy najważniejsze składniki zdania:

PODMIOT	ORZECZENIE	DOPEŁNIENIE
(kto?)	(co powinien?)	(co?)
przedsiębiorca	powinien przygotować	opinię
		charakterystykę
		opis
		plan

- Szukamy wyrazów, które łączą się z tymi najważniejszymi składnikami.
- Zmieniamy kolejność wyrazów w zdaniu – tak, aby jego treść dotyczyła przedsiębiorcy, który ma przygotować ważne dokumenty.
- Odnajdujemy najważniejsze określenia wymienionych dokumentów (*opinii...*, *charakterystyki...*, *opisu...*, *planu...*).
- Jak widać, tych informacji jest wiele – z trudem mieszczą się w jednym zdaniu.
- Próbuje je wyliczyć.
- Zmieniamy kompozycję zdania, wprowadzając wyliczenia.
- Najlepszym rozwiązaniem będzie graficzne wyróżnienie najważniejszych informacji w kolejnych wersach.
- Informacje drugorzędne umieszczamy w kolejnym zdaniu i w kolejnych wersach:

Przedsiębiorca – oprócz typowych dokumentów, wymaganych przez bank do oceny zdolności kredytowej – powinien przygotować także:

- opinię napisaną przez jednostkę naukową, centrum rozwojowo-badawcze lub stowarzyszenie naukowo-techniczne;
- charakterystykę zawierającą opis technologii;
- opis produktu lub usługi;
- plan inwestycyjny.

Dokumenty powinny spełniać następujące warunki:

- opinia powinna zawierać pozytywną ocenę przynajmniej jednej z technologii, która została opracowana przez daną jednostkę;
- w charakterystyce technologii powinny się znaleźć takie informacje, jak: sposób wdrożenia technologii, dane o środkach trwałych, niematerialnych i prawnych;
- do charakterystyki powinien być dołączony opis produktu lub usługi;
- do planu inwestycyjnego powinien być dołączony harmonogram finansowy.



Komunikacja urzędowa często charakteryzuje się zdaniami, w których zamyka się wiele ważnych treści. W codziennej komunikacji takie ważne informacje prawdopodobnie oddalibyśmy za pomocą kilku krótszych stwierdzeń. Typowa urzędowa formuła: *Przeprowadzone zostaną kontrole u osób nieopłacających abonamentu telewizyjnego* w tekście prasowym pewnie pobrzmiwałaby inaczej: *Będą kontrole u tych, którzy nie płacą abonamentu*. Zauważmy, że drugie zdanie lepiej opisuje zapowiadane zdarzenie. Już na podstawie tego przykładu możemy powiedzieć, że czasowniki ożywiają tekst.

Wiele usterek w tekstach urzędowych polega na monotonicznych ciągach słów, które można przekształcić w osobne zdania.



W każdym z tych Programów mogą uczestniczyć jednostki samorządu terytorialnego, instytucje, organizacje oraz inne podmioty, które znajdują się na terenie blisko granicy z danym państwem – zanim złożysz projekt do tego Programu, sprawdź, czy teren, na którym chcesz realizować projekt, przynależy do terenu objętego programem.



W każdym z tych programów mogą uczestniczyć jednostki samorządu terytorialnego, instytucje oraz inne podmioty, które znajdują się na terenie blisko granicy z danym państwem. Zanim złożysz projekt do tego programu, sprawdź, czy teren, na którym chcesz realizować projekt, jest objęty programem.



Po znalezieniu odpowiedniego projektu następny krok to zgłoszenie się do projektodawcy i sprawdzenie, czy w ramach projektu prowadzona jest obecnie rekrutacja i jakie warunki należy spełnić, aby wziąć udział w projekcie.



Kiedy już znajdziesz odpowiedni projekt, zgłoś się do projektodawcy. Sprawdź, czy prowadzona jest rekrutacja do projektu. Upewnij się, jakie warunki musisz spełnić, aby wziąć udział w projekcie.



Z programu można skorzystać na dwa sposoby. Zostając projektodawcą i pisząc własny projekt, w ramach którego można realizować działania mające na celu udzielenie wsparcia innym lub zostając uczestnikiem projektu, który bierze udział w projekcie przez kogoś stworzonym i sam bezpośrednio korzysta z pomocy EFS.



Z programu można skorzystać na dwa sposoby. Po pierwsze, można zostać projektodawcą działań wspierających innych. Po drugie, można zostać uczestnikiem projektu, który został już stworzony przez kogoś i otrzymuje pomoc Europejskiego Funduszu Społecznego.

Rażące błędy w zdaniach

Do tej pory przyglądaliśmy się usterkom w dłuższych tekstach poświęconych Funduszom Europejskim. Próbowaliśmy zmieniać kompozycję tych tekstów, skracać je, porządkować najważniejsze fragmenty – tak, aby wydobyć z nich najważniejszy sens przekazu. Natomiast w tej części poradnika przyjrzymy się rażącym błędom pojawiającym się nawet w krótszych, kilkuwyrazowych komunikatach.

Najbardziej rażące błędy w tekstach o funduszach to:

- użycie złej formy gramatycznej wyrazu (*Wniosek i instrukcja pojawił się na naszych stronach* – zamiast: *Wniosek i instrukcja pojawiły się na naszych stronach*);
- niedopasowanie w zdaniu formy gramatycznej jednego wyrazu do drugiego (*Większość naszych działań jest opisanych* – zamiast: *Większość naszych działań jest opisana*);
- wybór złego przyimka (*niezbędne dla współpracy* – zamiast: *niezbędne do współpracy*);
- zła budowie zdań wielokrotnie złożonych;
- niewłaściwy wybór wyrazów spajających inne wyrazy lub zdania (*jeśli..., wówczas...* – zamiast: *jeśli ..., to...*);
- naruszenie porządku (szyku) wyrazów w zdaniu;
- niewłaściwe opuszczenia wyrazów lub skróty (*Jednostki poinformują i przekażą instrukcje* – zamiast: *Jednostki poinformują o instrukcjach i je przekażą*).

naturalny szyk:
ktoś + robi + coś

W ZDANIACH MUSI PANOWAĆ ZGODA

Do poważnych usterek gramatycznych dochodzi najczęściej w dłuższych wypowiedzeniach:

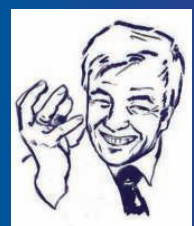
- gdy nie potrafimy dobrze połączyć podmiotu (jest nim zwykle rzeczownik) z orzeczeniem (jest nim czasownik),
- gdy zapominamy o tym, że jedne wyrazy narzucają innym wybór formy gramatycznej.

Językoznawcy opisujący budowę zdań stosują często termin „zgoda”. Pojęcie to rzeczywiście ilustruje istotę zdania, a ściśle mówiąc to,

że między jego składnikami musi zachodzić zarówno porządek, jak i zgodność form gramatycznych. Ta zgoda w zdaniach jest możliwa, jeśli tylko przestrzegamy kilku podstawowych zasad:

- podmiot i orzeczenie mają takie same formy gramatyczne pod względem liczby i rodzaju: *Rzecznik przemawiał / Rzeczniczka przemawiała / Rzecznicy przemawiali / Rzeczniczki przemawiały*,
- przydawki przymiotne dostosowują formę gramatyczną przypadka, liczby i rodzaju do rzeczownika: *kampania unijna / kampanii unijnej; fundusze strukturalne / funduszy strukturalnych*.

Starajmy się w zdaniach z trudniejszymi, złożonymi orzeczeniami (np. *jest + jakiś; został + kimś / czymś*) stosować prosty szyk – według typowego schematu: PODMIOT + ORZECZENIE.



Przyjrzyjmy się kilku przykładom naruszenia zgody gramatycznej w zdaniach:



Rozwinięcie oferty, dbałość o bezpieczeństwo transakcji oraz przejrzyste procedury zakupów w konsekwencji powiększyło liczbę zadowolonych klientów

W zdaniu tym podmiot utworzony jest z kilku rzeczowników (*rozwinięcie, dbałość, procedury*), dlatego też orzeczenie (*powiększyły*) powinno mieć formę liczby mnogiej. Autor wypowiedzi uprościł schemat zdania do postaci: *Rozwinięcie oferty ... powiększyło liczbę zadowolonych klientów*. Gdyby tylko jeden rzeczownik występował w funkcji podmiotu, w czasowniku (*powiększyło*) musiałaby też pojawić się liczba pojedyncza. Podmiot składa się jednak z kilku równorzędnych rzeczowników, dlatego też orzeczenie powinno mieć formę liczby mnogiej.

Jeśli nie jesteśmy pewni formy gramatycznej zdań, w których pojawiają się rzeczowniki nazywające pojęcia abstrakcyjne, spróbujmy ułożyć wypowiedzenia naśladujące podobny schemat, np.: *Krzeseł, biurko i komody pomniejszyły przestrzeń w moim salonie, ale Małe, zgrabne biurko powiększyło przestrzeń w moim gabinecie*.

Spójrzmy na kolejny przykład z tekstów o funduszach:



Dość atrakcyjną formą wspierania wizerunku Polski stanowią także wdrażane kampanie promocyjne.

W wypowiedzeniu tym – podobnie jak w poprzednim – pojawia się ten sam błąd gramatyczny: między podmiotem występującym w liczbie mnogiej (*kampanie*) a orzeczeniem złożonym z dwóch wyrazów (*stanowią + formy*) musi również panować zgoda. Z pewnością można by uniknąć pomyłki, zamieniając porządek wyrazów w zdaniu. Najczęściej zdania w codziennej komunikacji rozpoczynamy od podmiotów, np.: *Ciepłe bułki leżą na tym regale; Psy i koty są naszymi pupilami domowymi*. Nasze zdanie ma tę samą postać gramatyczną:



Wdrażane kampanie promocyjne są także atrakcyjnymi formami wspierania wizerunku Polski.

Ten sam typ usterki znajdziemy tutaj:



Odbiorcami jest szeroka rzesza podmiotów...

Podmiotem w tym zdaniu jest rzeczownik *zesza* (w liczbie pojedynczej), dlatego też orzeczenie (składające się z dwóch elementów: *jest* + *odbiorcą*) powinno mieć formę liczby pojedynczej. Wypowiedzenie to wcale nie należy do najtrudniejszych w polszczyźnie; składa się z takich samych konstrukcji gramatycznych jak zdanie zamieszczone w informacji sportowej: *Medalistką jest najlepsza narciarka sezonu / Najlepsza narciarka sezonu jest medalistką*. Do błędu doszło jednak na skutek zmiany kolejności najważniejszych składników. W komunikacie prasowym ten porządek wyrazów jest naturalny: najpierw pojawia się podmiot (*narciarka*), a potem – dopasowane do niego orzeczenie (*jest medalistką*). Gdyby autor tekstu o Funduszach Europejskich zastosował naturalny dla języka szyk, pewnie uniknąłby pomyłki:

Szeroka zesza podmiotów jest odbiorcą...



Spójrzmy na kolejny przykład:

Działanie 3.3 jest właśnie tego rodzaju instrumentem nakierowanym na tworzenie otoczenia biznesowego oraz sieci inwestorów, którzy – wzmocnieni środkami europejskimi – będą w stanie zbudować takie struktury i kapitał, że po zakończeniu finansowania z UE będą atrakcyjnym partnerem dla przedsiębiorców.



Działanie 3.3. jest właśnie tego rodzaju instrumentem nakierowanym na tworzenie otoczenia biznesowego oraz sieci inwestorów, którzy – wzmocnieni środkami europejskimi – będą w stanie zbudować takie struktury i taki kapitał, że po zakończeniu finansowania z UE będą atrakcyjnymi partnerami dla przedsiębiorców.



W wypowiedzeniu tym również pojawia się omawiany już przez nas rodzaj błędu. *Inwestorzy*, którzy otrzymają dotację, będą *atrakcyjnymi partnerami biznesowymi*. Do zakłócenia zgody gramatycznej między rzeczownikiem w liczbie mnogiej (*inwestorzy*) a czasownikiem (*będą* + *partnerami biznesowymi*) nie doszłoby zapewne w krótszym wypowiedzeniu. Okazuje się, że w złożonych zdaniach trzeba bardzo uważnie wiązać wszystkie wzajemnie się określające wyrazy. Zarówno zdanie zawierające frazę *będą w stanie zbudować*, jak i zdanie zawierające orzeczenie *będą atrakcyjnym partnerem* uzupełniają treść tego samego wyrazu (*inwestorzy*).

Spójrzmy na kolejny przykład. Jest to jeden z najpowszechniejszych błędów nie tylko w tekstach o funduszach:



Czy możecie Państwo pochwalić się już takimi sukcesami?

W zdaniu tym należy koniecznie zmienić osobę czasownika z drugiej na trzecią. Polska grzeczność językowa jednoznacznie wymaga, aby przy zwrocie *Państwo* – w komunikatach wyrażających szacunek, etykietę – pojawiała się forma typu:



Czy mogą Państwo pochwalić się już takimi sukcesami?

Niekiedy błędne połączenia gramatyczne doprowadzają do niezmiernego humoru lub przeinaczają powagę naszych wypowiedzi. Spójrzmy na przykłady.

W zdaniu:



Inspiracją do rozpoczęcia tej inwestycji byli Austriacy.

forma podmiotu (*Austriacy* – liczba mnoga) nie jest dopasowana do formy orzeczenia (*inspiracją byli* – liczba mnoga). Dzieje się tak dlatego, że autor tekstu zaczął zdanie od orzeczenia, a na jego końcu użył podmiotu. Gorszym przeinaczeniem jest jednak zrównanie nazwy narodowości z rzeczownikiem *inspiracja* (patrz podrozdział poświęcony poprawności wyrazowej). Prawdopodobnie nie doszłoby do usterki, gdyby w zdaniu zmieniono kolejność najważniejszych składników (czyli tzw. szyk wyrazów) i posłużono się formą osobową orzeczenia. Po korekcie mogłoby w tekście pozostać następujące zdanie: *Austriacy zainspirowali nas do rozpoczęcia tej inwestycji*.

Z kolei błąd w wypowiedzeniu:



Warto zauważyć, iż dotacja, którą możesz otrzymać jako przedsiębiorca, gmina, szkoła, organizacja pozarządowa itp., nie pochodzi w całości ze środków Unii Europejskiej.

polega na tym, że do orzeczenia złożonego (*możesz otrzymać*) przyporządkowano określenie *jako przedsiębiorca, gmina, szkoła, organizacja pozarządowa*. Z takiego układu wynika nielogiczność, którą można wyprostować w następujący sposób:



Warto zauważyć, iż dotacja, którą możesz otrzymać jako przedsiębiorca, przedstawiciel / urzędnik / wolontariusz / dyrektor gminy, szkoły, organizacji pozarządowej...

CZY WYRAZY W ZDANIU MAJĄ SWÓJ RZĄD?

Aby uniknąć błędów w zdaniach, powinniśmy pamiętać o jeszcze jednej ważnej regule gramatycznej. Niektóre wyrazy w wypowiedzeniach wymagają, aby inne pojawiały się obok nich w odpowiednim miejscu lub w odpowiedniej formie gramatycznej. Językoznawcy takie zjawisko nazywają „rządem”. Ta zależność dotyczy przede wszystkim czasowników. I tak, niektóre z nich narzucają stojącym po nich rzeczownikom:

- formę biernika, np.: *widzę + kogoś / coś: widzę pana, widzę las; czytam + coś: czytam książkę; liczę + coś: liczę pieniądze;*
- formę celownika, np.: *przyglądam się + komuś / czemuś: przyglądam się ludziom; przyglądam się projektom; pomagam + komuś: pomagam koledze;*
- formę narzędnika: *kieruję, administruję, rządzę + czymś: szkołą, biurem, projektem.*

Co więcej, istnieją wyrazy, które w zdaniu tak silnie „rządzą” pozostałymi składnikami, że te muszą obok nich występować w odpowiednich formach gramatycznych, a także w odpowiednim miejscu. Przykładowo w zdaniu:

Komisja do spraw funduszy strukturalnych przenosi swą siedzibę z Brukseli do Warszawy.



czasownik *przenosić* narzuca pozostałym wyrazom schemat: *'ktoś / coś + przenosi + coś + skądś + dokądś'*. Zauważmy, że wszystkie te miejsca muszą być w zdaniu wypełnione wyrazami w odpowiedniej formie gramatycznej, aby brzmiało ono logicznie. Komunikaty nie będą zrozumiałe, jeśli naruszymy formy wyrazów lub któryś z nich opuścimy, np.: *Janek odprowadza* (poprawnie: *ktoś odprowadza coś / kogoś skądś dokądś*); *Janek przygląda się* (poprawnie: *ktoś przygląda się komuś / czemuś*); *Janek dogaduje się* (poprawnie: *ktoś dogaduje się z kimś*). Często ten układ dodatkowo się zmienia, jeśli użyjemy zaprzeczenia, które wymaga innego przypadku, np.: *Komisja otrzymała wnioski* → *Komisja nie otrzymała wniosków*.

Te wzajemne wymagania gramatyczne między wyrazami w zdaniu przysparzają piszącym najwięcej problemów. Dotyczą one również innych wyrazów niż czasowniki.

Niepoprawne połączenie wyrazowe *wymogi dla czegoś* należy zastąpić poprawnym *wymogi czegoś*. Słowo to jest zresztą charakterystyczne dla tekstów urzędowych, lepiej więc je zastąpić wyrazem pokrewnym: *wymagania*.



Przyjrzyjmy się zatem najczęściej popełnianym błędom:

- *warunków dla czegoś* – poprawnie: *warunków czegoś*:



Celem działania jest poprawa warunków dla prowadzenia działalności gospodarczej.



Celem działania jest poprawa warunków prowadzenia działalności gospodarczej.

- *stworzyć dla* – poprawnie: *stwarzać komuś coś / stworzenie komuś czegoś*:



Założeniem EZIG jest stworzenie wspólnej platformy dialogu i współpracy dla przedsiębiorców z różnych krajów.



Założeniem europejskich zgrupowań interesów gospodarczych jest stworzenie przedsiębiorcom z różnych krajów wspólnej platformy dialogu i poprawa warunków prowadzenia działalności gospodarczej.

- *wdrażać dla, gdzieś* – poprawnie: *wdrażać coś do czegoś / wprowadzać coś gdzieś*:



W przypadku paneuropejskich rozwiązań jest to o tyle istotne, bowiem badania i ich wyniki można wdrażać na obszarze Jednolitego Rynku Europejskiego.



W przypadku paneuropejskich rozwiązań jest to o tyle istotne, bowiem badania i ich wyniki można wprowadzać na obszarze Jednolitego Rynku Europejskiego.

- *przy pomocy* – poprawnie: *za pomocą czegoś*:



Inicjatywa JESSICA przewiduje stworzenie specjalnych funduszy (...), których celem będzie wspieranie, przy pomocy instrumentów finansowych, projektów...



Inicjatywa JESSICA przewiduje stworzenie specjalnych funduszy (...), których celem będzie wspieranie za pomocą instrumentów finansowych, projektów...

- *w rynku* – poprawnie: *na rynku*:



...zwiększenie udziału innowacyjnych produktów polskiej gospodarki w rynku międzynarodowym...

...zwiększenie udziału innowacyjnych produktów polskiej gospodarki na rynku międzynarodowym...



- *oparty o* – poprawnie: *oparty na*:

W ramach osi przewiduje się do realizacji przedsięwzięcia o zasięgu ponadregionalnym, oparte o wykorzystanie najlepszych doświadczeń...



W ramach osi przewiduje się realizację przedsięwzięć o zasięgu ponadregionalnym, opartych na wykorzystaniu najlepszych doświadczeń...



- *przewiduje się do realizacji* – poprawnie: *przewiduje się realizację* (również powyższy przykład)
- *w oparciu o coś* – poprawnie: *opierając się na czymś...* / *na podstawie czegoś...*

Celem głównym Programu Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013 jest rozwój polskiej gospodarki w oparciu o innowacyjne przedsiębiorstwa.



Głównym celem Programu Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013 jest rozwój polskiej gospodarki opartej na innowacyjnych przedsiębiorstwach.



- *skierowany dla* – poprawnie: *skierowany do kogoś / czegoś*:

programem oferującym najwięcej środków skierowanych dla sektora przedsiębiorstw.



programem oferującym najwięcej środków skierowanych do sektora przedsiębiorstw...



- *pod pojęciem rozumieć* – poprawnie: *coś rozumieć przez coś*:

Pod pojęciem rozwoju rozumie się przygotowanie merytoryczne projektów...



Przez rozwój rozumie się przygotowania merytoryczne projektów...



MAŁE, ALE WAŻNE WYRAZY W ZDANIU

Dość powszechnym błędem są częste zamiany lub opuszczenia wyrazów, które łączą inne wyrazy



Niektóre wyrazy służące zawiązywaniu zdań występują w parach. Nie wolno ich opuszczać lub swobodnie wymieniać, np.: *nie tylko..., ale (lecz) i...; zarówno..., jak i...; o tyle..., o ile...; nie tyle..., ile...; jeżeli (jeśli)..., to...*

lub zdania. Po pierwsze, pamiętajmy, że drobne wyrazy (takie, jak: zaimki, np. *który, jaki, co*; spójniki, np. *i, lub, oraz, więc, ponieważ, że*; przyimki: *przez, poprzez, z, na*) muszą pojawiać

w odpowiednich miejscach. Ich utrata lub swobodna zamiana powoduje chaos w zdaniu. Najczęstsze błędy tego rodzaju:

- *jeśli..., wówczas...* – poprawnie: *jeśli..., to...*



Jeśli PKB na jednego mieszkańca w danym regionie jest mniejsze niż 75 proc. średniej w Unii Europejskiej, wówczas taki region może liczyć na wsparcie z dotacji unijnych.



Jeśli PKB na jednego mieszkańca w danym regionie jest mniejszy niż 75 proc. średniej w Unii Europejskiej, to taki region może liczyć na wsparcie z dotacji unijnych.

- *wtedy, jeżeli* – poprawnie: *wówczas / wtedy, kiedy...*



Nawet wtedy, jeżeli (...) nie dotyka nas problem bezrobocia



Nawet wtedy, kiedy (...) nie dotyka nas problem bezrobocia

- *i... i...* – lepiej: *i... oraz...*



W istocie EFS został stworzony po to, aby poprawić jakość i dostępność i możliwości zatrudnienia w Unii Europejskiej



W istocie fundusz został stworzony po to, aby poprawić jakość i dostępność oraz możliwości zatrudnienia w Unii Europejskiej

Po drugie, nie można swobodnie opuszczać wyrazów, które służą uspojnianiu zdań lub ważnych stwierdzeń:

- *należy pamiętać, że* – poprawnie: *należy pamiętać o tym, że...*



Należy pamiętać, że kryterium podziału środków finansowych Unii Europejskiej jest PKB

Należy pamiętać o tym, że kryterium podziału środków finansowych Unii Europejskiej jest PKB



- *istotne jest, aby* – poprawnie: *istotne jest to, aby...*

Dla nas szczególnie istotne jest, aby wszystkie projekty wdrażane przez poszczególnych beneficjentów były względem siebie komplementarne



Dla nas szczególnie istotne jest to, aby wszystkie projekty wdrażane przez poszczególnych beneficjentów były względem siebie komplementarne



- *ocenie będzie podlegać, czy...* – poprawnie: *ocenie będzie podlegać to, czy...*

Ocenie będzie podlegać, czy deklarowane zasoby finansowe są możliwe do zapewnienia...



Ocenie będzie podlegać to, czy deklarowane zasoby finansowe są możliwe do zapewnienia...



PISANIE NA SKRÓTY

Niekiedy piszemy bardzo pośpiesznie i zapominamy, że każde zdanie ma swój schemat, który trzeba wypełnić. W jednym wyrażeniu chcemy najczęściej zamknąć dwie myśli. Powstają wówczas błędy, które moglibyśmy nazwać naukowo „nieuprawnionymi elipsami”, a potocznie: „pisanie na skróty”. Poniższe zdanie jest przykładem takiego rażącego skrótu myślowego:

Prace badawcze powinny zmierzać do stworzenia nowych bądź ulepszenia dotychczasowych produktów.



Jego poprawna wersja wygląda następująco:

Prace badawcze powinny zmierzać do stworzenia nowych produktów bądź ulepszenia dotychczasowych.



Korekta takiego błędu opiera się na kilku zasadach:

- „wybieramy najważniejsze elementy treści”,
- „szukamy wyrazów, które zostały pominięte”,
- „zmieniamy w zdaniu porządek, czyli szyk”,
- „jeśli to konieczne, dodajemy nowe zdanie, w którym powtórzymy pominiętą treść”.

Spróbujmy zatem przekształcić poniższe zdania, zaprowadzając w nich porządek i uzupełniając w nich brakujące wyrazy:



MRR może tylko apelować i sugerować zmianę naboru asesorów



MRR może tylko sugerować zmianę naboru asesorów i apelować o nią.



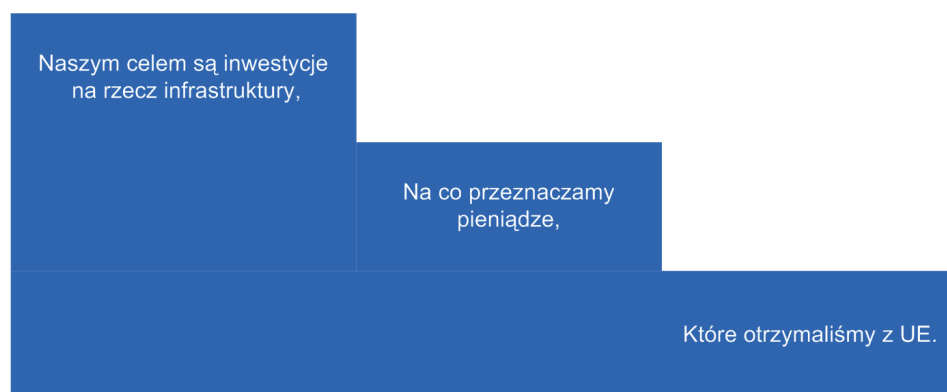
Dotychczasowe nabory ekspertów rozpoczynały się od umieszczenia na stronie internetowej PARP informacji o rozpoczęciu i zasadach naboru ekspertów wraz z kompletem dokumentów.



Dotychczasowe nabory ekspertów rozpoczynały się od umieszczenia na stronie internetowej Agencji informacji o rozpoczęciu naboru ekspertów i jego zasadach. Strona zawierała także komplet dokumentów, które musieli wypełnić eksperci.

ZDANIA SĄ JAK SCHODY

Gdybyśmy chcieli graficznie przedstawić budowę wypowiedzeń składających się z kilku zdań, zapewne powstałyby rysunki przypominające schody. Na górze pojawiłaby się ilustracja przypominająca najważniejszą myśl (treść) całej wypowiedzi, a kolejno niżej – schody ilustrujące myśli (treści) dodane:



Wiele usterek powstaje na skutek niewłaściwego uporządkowania takich schodów w dłuższym zdaniu lub na skutek pomylenia ich kolejności. Przyjrzyjmy się zatem wybranym błędom tego typu, jakie możemy znaleźć w tekstach o funduszach:



Na wiele targów, w których uczestniczyliśmy, dofinansowania nie mogliśmy uzyskać.

Wypowiedzenie to składa się z dwu części: 1. „nie mogliśmy uzyskać dofinansowania na przeprowadzenie wielu targów”; 2. „są to targi, w których wielokrotnie uczestniczyliśmy”. Autor tekstu pokrzyżował te myśli. Zdanie po korekcie powinno wyglądać następująco:

Nie mogliśmy pozyskać dofinansowania na udział w wielu targach.



Podobny problem zauważymy tutaj:

Doceniają to praktycznie, gdyż licząc zyski, przedsiębiorcy...



Wypowiedzenie to składa się z dwóch części: 1. „przedsiębiorcy to doceniają”; 2. „przedsiębiorcy liczą zyski”. Autor niezręcznie pokrzyżował te dwie myśli. Zdanie po korekcie powinno wyglądać następująco:

Przedsiębiorcy doceniają to, gdyż liczą już zyski /
Przedsiębiorcy doceniają to i liczą już zyski.



WYRAZY W ZDANIU MAJĄ SWÓJ PORZĄDEK

Powszechnie uważa się, że w polszczyźnie wyrazy mogą w zdaniu zajmować różne miejsca. W wypowiedziach potocznych często przestrzegamy ważnej kolejności: PODMIOT + ORZECZENIE + DOPEŁNIENIE – jak w zdaniu: *Janek + czyta + gazetę*. Taki układ wyrazów brzmi naturalnie i nie doprowadza do niejasności. Większe trudności mielibyśmy ze zrozumieniem przekazu, gdybyśmy ową kolejność zmienili, np.: *Gazetę czyta Janek*. Całość byłaby poprawna, ale jakość przekazu – gorsza. Dlatego też pilnujemy, aby w tekstach administracyjnych panował taki sam układ wyrazów, jaki pojawia się w naszych codziennych wypowiedziach.

Taka swobodna zamiana układu wyrazów w zdaniu doprowadza do wykolejeń. Przykładem niech będzie takie zdanie:

Portale internetowe poświęcone innowacyjności prowadzą także regiony i miasta.



Wyrazy określające cechy i właściwości powinny pojawiać się przed rzeczownikami, np.: *nowe fundusze, prawdziwa pomoc*. Wyrazy wprowadzające informacje o typach, gatunkach, kategoriach umieszczamy po rzeczownikach, np.: *fundusze unijne, pomoc finansowa*.



Kierując się zdrowym rozsądkiem, dostrzeżemy błąd logiczny w tym komunikacie: „portale nie mogą kierować, zarządzać miastami i regionami – a tylko mieszkańcy miast i regionów redagują portale internetowe”. Odwołując się do znanej nam już zasady szyku, z łatwością poprawimy błędne wypowiedzenie:



Regiony i miasta prowadzą także portale internetowe poświęcone innowacyjności.

Często nielogiczne zdania powstają na skutek pomieszania kolejności powiązanych ze sobą wyrazów. Dość niezrozumiale brzmi zdanie zasłyszane podczas codziennej rozmowy: *Najmniej płacimy za zimną wodę i domofon, w naszych rachunkach.* Po przestawieniu szyku i właściwym powiązaniu wyrazów: *W naszych rachunkach najmniej płacimy za zimną wodę i domofon* – zdanie to jest zrozumiałe.

Podobnej korekty wymaga też fragment urzędowego tekstu:



Natomiast najmniej środków (1, 2 proc.) przeznaczone jest na kulturę, walkę z terroryzmem i nielegalną imigracją, w ramach kategorii wydatków „Obywatelstwo, wolność, bezpieczeństwo i sprawiedliwość”.



W ramach kategorii wydatków „Obywatelstwo, wolność, bezpieczeństwo i sprawiedliwość” najmniej środków (1, 2 proc.) przeznaczonych jest na kulturę, walkę z terroryzmem i z nielegalną imigracją.

Błędy drugorzędne

Jedną z zalet dobrego tekstu jest bogactwo treści i formy. Starajmy się zatem wybierać takie konstrukcje językowe, które są proste i nie powodują znużenia przy lekturze. Jedną ze słabości wielu tekstów urzędowych jest ich monotonia. Dotyczy ona zdań, w których mnożą się formy wyrazowe typu: *nagromadzenie, przyjęcie, wpisanie, zapłacenie, przyjmujący, składający, przeznaczony, użyty* itd. Możemy jej unikać, wiedząc, że:

- niektóre rzeczowniki można zastąpić czasownikami:
 - *działanie* → *działać*,
 - *korzystanie* → *korzystać*,
 - *wynajęcie* → *wynająć*,
 - *złożenie* → *złożyć*,
 - *wstrzymywanie* → *wstrzymywać*;

- niektóre wyrażenia można zastąpić zdaniami:
 - składki wpłacane... → składki, które wpłacamy...,
 - wniosek przyjęty przez komisję → wniosek, który komisja przyjęła.

Takie drobne zmiany form gramatycznych pozwolą nam przekształcić długie – niekiedy niepotrzebnie rymowane wypowiedzenia – w krótsze zdania. Musimy przypomnieć sobie jeszcze wskazówki dotyczące poprawności wyrazowej. Niektóre zawiłe wyrażenia możemy zastąpić krótkimi określeniami, np.:

- przystąpić do działań → działać,
- służy podniesieniu → podnosi,
- instytucje systemu edukacji → instytucje edukacyjne:

Zakłada się, iż wsparcie dla instrumentów inżynierii finansowej będzie realizowane zgodnie ze schematem proponowanym w ramach Inicjatywy JEREMIE.



Zakłada się, że wsparcie instrumentów inżynierii finansowej będzie realizowane zgodnie ze schematem, który zaproponowano w Inicjatywie JEREMIE.



Podejmowane w Priorytecie działania służą podniesieniu jakości rezultatów pracy instytucji systemu edukacji.



Działania, które podejmuje się w tym priorytecie, poprawiają rezultaty pracy w instytucjach edukacyjnych.



ZŁOTE ZASADY PISOWNI I INTERPUNKCJI

Tworzenie logicznych i zrozumiałych tekstów wymaga też znajomości interpunkcji. Nie mamy na ogół trudności z posługiwaniem się kropką, większą trudność sprawia nam użycie przecinka. Pamiętajmy, że w tekście pisanym możemy posługiwać się jeszcze kilkoma innymi znakami: myślnikiem, dwukropkiem, średnikiem, wielokropkiem, pytajnikiem, wykrzyknikiem, łącznikiem, cudzysłowem i nawiasem.

Kilka dobrych zasad przestankowania:

- Oddzielajmy przecinkami zdania podrzędne:



Gdybyśmy tego nie zrobili to nikt by na tym nie skorzystał.

Szczegółowy zestaw działań, których podjęcie umożliwi realizację planu został przedstawiony Radzie Ministrów.



Gdybyśmy tego nie zrobili, nikt by na tym nie skorzystał.

Szczegółowy zestaw działań, których podjęcie umożliwi realizację planu, został przedstawiony Radzie Ministrów.

- Nie nadużywajmy przecinków w zdaniach pojedynczych:



Po 5 latach naszego członkostwa w UE, udowodniliśmy...

W sytuacji osłabienia koniunktury na rynku pracy, działania MRR pozwolą zasilić...

W odpowiedzi na zagrożenie spowolnieniem, rząd przedstawił...

Dodatkowe wsparcie finansowe otrzymało 5 województw Polski wschodniej, w celu przyspieszenia procesów rozwojowych...



Po 5 latach naszego członkostwa w UE udowodniliśmy...

W sytuacji osłabienia koniunktury na rynku pracy działania MRR pozwolą zasilić...

W odpowiedzi na zagrożenie spowolnieniem rząd przedstawił...

Dodatkowe wsparcie finansowe otrzymało 5 województw Polski wschodniej w celu przyspieszenia procesów rozwojowych...

- Zamykajmy dwoma przecinkami wypowiedzenia wtrącone, nasze dodatkowe komentarze, dopowiedzenia:

Ponad 80 % firm, które swego czasu postawiły na nowe rozwiązania twierdzi że ich inwestycje....

Pozostałe środki tj, ponad 1,7 mld euro stanowią wkład krajowy



Ponad 80 % firm, które swego czasu postawiły na nowe rozwiązania, twierdzi, że ich inwestycje....

Pozostałe środki, tj. 1, 7 mld euro, stanowią wkład krajowy



- Poprzedzajmy przecinkiem złożone wyrażenia typu: *mimo że, pomimo że, tym bardziej że, z tego, do tego, przez który, z którym*. Nie oddzielajmy składników tych wyrażen.
- W zdaniach pojedynczych nie oddzielajmy przecinkami wyrażen porównawczych ze zwrotem *jak, jako, niczym, niż*:

...o planowanych, trwających lub zakończonych naborach wniosków w trybie konkursowym i stronach internetowych, jako miejscach ogłoszenia konkursów...

Szerokopasmowy dostęp do Internetu był w Polsce jeszcze niedawno dużo bardziej utrudniony, niż w innych krajach Europy.



...o planowanych, trwających lub zakończonych naborach wniosków w trybie konkursowym i stronach internetowych jako miejscach ogłoszenia konkursów...

Szerokopasmowy dostęp do Internetu był w Polsce jeszcze niedawno dużo bardziej utrudniony niż w innych krajach Europy.



- Oddzielajmy przecinkami wypowiedzenia z formą czasownikową: *-ąc; -wszy; -wszy*:

Goszcząc na II Forum można również skorzystać ze stanowisk komputerowych.

Polska weszła do pierwszej ligi będąc debutantem.



Goszcząc na II Forum, można również skorzystać ze stanowisk komputerowych.

Polska weszła do pierwszej ligi, będąc debutantem.



- Starajmy się krótsze dopowiedzenia, komentarze, porównania, wstawki informacyjne wyodrębniać myślnikiem z obu stron. Jest to znak, za pomocą którego zatrzymujemy na chwilę uwagę czytelnika, akcentujemy w tekście ważne treści, sygnalizujemy znaki namysłu.
- Nie nadużywajmy cudzysłowu:
 - po wyrażeniu dopowiadającym *tak zwany* (tzw.),
 - w obrębie wyrażen potocznych i utartych:



Może to, co teraz powiem będzie sądem ostrym, ale uważam, że wiele błędów wynika, przepraszam za słowo – z „niedbalstwa”.

W dobie telefonów, gdy niemal każdy Polak ma już „komórkę”...



Może to, co teraz powiem, będzie sądem ostrym, ale uważam, że wiele błędów wynika, przepraszam za słowo – z niedbalstwa.

W dobie telefonów, gdy niemal każdy Polak ma już komórkę...

- Wyliczenia poprzedzamy dwukropkiem – dłuższe wersy wyliczenia zamykamy natomiast średnikiem.
- Pamiętajmy, że wielokropek i wykrzyknik oznacza emocje – używajmy tych znaków oszczędnie:



Czasami będzie to oznaczać, że koszt tego projektu będzie sięgał aż 50 milionów euro!



Czasami będzie to oznaczać, że koszt tego projektu będzie sięgał aż 50 milionów euro.

Kilka ważnych porad ortograficznych

WIELKA LITERA

W polszczyźnie – nieco inaczej niż np. w języku angielskim – wielka litera jest znakiem nazw własnych (imion, nazwisk, nazw firm, nazw produktów, nazw administracyjnych) – używajmy jej oszczędnie. Unikajmy jej zwłaszcza w nazwach potocznych (np. w potocznych określeniach dokumentów, powszechnie używanych zwrotach, terminach administracyjnych, technicznych, urzędowych, prawnych itp.).

W Działaniach realizowanych w Priorytetach I-V, czyli centralnych...

W Priorytetach centralnych środki EFS zostaną przeznaczone przede wszystkim na wsparcie instytucji...

...Działania podejmowane w ramach tego Priorytetu mają na celu podniesienie konkurencyjności...



W działaniach realizowanych w priorytetach I-V, czyli centralnych...

W priorytetach centralnych środki Europejskiego Funduszu Społecznego zostaną przeznaczone przede wszystkim na wsparcie instytucji...

...działania podejmowane w ramach tego priorytetu mają na celu podniesienie konkurencyjności...



Najważniejsze zasady użycia wielkiej i małej litery w tekstach dotyczących Funduszy Europejskich są następujące:

- Wielką literą zapisujemy: nazwy marek, produktów bankowych, usług i produktów finansowych, a także nazwy konkretnych funduszy, odnoszących się do jednostkowych systemów finansowania instytucji. Możemy zatem pisać *Fundusze Europejskie*, ale *fundusze strukturalne*, *produkt krajowy brutto*, *podatek od wzbogacenia*, *podatek liniowy*.
- W nazwach cyklicznych programów społecznych, charytatywnych, akcji medialnych itp. wielką literą zapisujemy tylko pierwszy wyraz złożonego wyrażenia, np. *Szkoła z klasą*; *Cała Polska czyta dzieciom*.
- Nazwy i tytuły dokumentów, ustaw i innych tekstów zaczynamy od dużej litery (tylko pierwszy wyraz), np. *Ustawa o języku polskim*; *Narodowy program ochrony środowiska*.
- Nazwy urzędów i instytucji niższego szczebla zapisujemy dużymi literami (wszystkie wyrazy poza przymkami i spójnikami): *Wydział Windykacji i Rozliczeń*; *Fundacja na rzecz Nauki Polskiej*.
- Wszystkie nazwy omówione w powyższych punktach można w tekstach skracać, o ile choć raz pojawiła się nazwa rozwinięta. W takiej sytuacji skróconą nazwę można zapisać na dwa sposoby:

Tłumacze tekstów z UE nie powinni używać dużej litery tam, gdzie zapisywane wyrazy nie odnoszą się do nazw własnych, np. wyrażenia *jednolity rynek europejski* czy *produkt krajowy brutto* mają charakter ogólny – powinniśmy je zapisywać małymi literami.



- w wersji z wielką literą, np. *Ministerstwo Rozwoju Regionalnego*, a w wersji skróconej *Ministerstwo; Program Operacyjny „Kapitał Ludzki” – Program*;
- w wersji z małą literą, np. *Ministerstwo Rozwoju Regionalnego*, a w wersji skróconej *ministerstwo; Program Operacyjny „Kapitał Ludzki” – program*.

NIE Z RÓŻNYMI CZĘŚCIAMI MOWY

Uważajmy, aby dobrze zapisywać wyrazy z przeczeniem *nie*. Poza ogólnymi zasadami, pamiętajmy, że:

- *nie* piszemy oddzielnie z formami czasownika zakończonymi na: *-ąc; -wszy; -wszy*, np.: *nie widząc, nie robiwszy, nie przyszedłszy*;
- *nie* piszemy łącznie z rzeczownikami zakończonymi na: *-anie; -enie; -cie*, np.: *niezapłacenie, niezłożenie, niepicie*;
- *nie* możemy zapisywać łącznie z formami czasownika zakończonymi na: *-ny, -ty, -ący*, np.: *niezłożony, niezapisany, niepiszący, nieskładający*.



VI

Pisanie dla zaawansowanych

Podstawowy wniosek płynący z naszych badań mówi, że autorzy tekstów o funduszach powinni koncentrować się na zrozumiałości przekazu, a nie na skuteczności jego perswazyjnego oddziaływania. Bez znaczenia są bowiem chwytły i techniki nakłaniające, kiedy odbiorcy nie są w stanie uchwycić podstawowego (na poziomie wyrazów i zdań) znaczenia tekstu.

Proponowany przez nas nowy sposób pisania pozwala zatem lepiej komunikować się z odbiorcą. Dostosowaliśmy go – pod wieloma względami – do poziomu kompetencji przeciętnego, statystycznego Polaka, przyjmując, że są one zbliżone do umiejętności typowego czytelnika prasy codziennej (FOG 10-12).

Podsumowując – nasza propozycja wynika z trzech omawianych już czynników:

- trudności tematu – Fundusze Europejskie to system skomplikowany, a przez to niejasny,
- ograniczonej wiedzy Polaków o FE,
- szerokiego kręgu odbiorców (większość to osoby o wykształceniu podstawowym i średnim).

W rozdziale tym chcielibyśmy przeprowadzić czytelników – autorów tekstów o FE – przez wszystkie etapy tworzenia tekstu. Musimy bowiem zauważyć dość oczywisty paradoks: pisanie tekstu jest procesem równocześnie twórczym i niespontanicznym.

Z pierwszej cechy wynika to, że autor jest zarówno kreatorem, jak i konstruktorem przekazu. Kreacja daje wielką władzę nad tekstem i odbiorcami, konstrukcja zaś oznacza, że nadajemy własnym myślom kształt złożonej struktury. Najważniejsze jednak, że nie jest to akt spontaniczny i niekontrolowany. Tworzenie tekstu jest długim i żmudnym procesem, który składa się z kilku etapów.

pisanie
jest twórcze

Kolejne etapy tej pracy powinny wyglądać mniej więcej tak:

- Przygotowania – faza początkowa, która powinna zakończyć się napisaniem planu tekstu. Na tym etapie istotne są:
 - organizacja informacji, które wejdą do tekstu (są one zarówno zależne, jak i niezależne od autora),
 - organizacja informacji o nadawcy i odbiorcy,
 - wybór odpowiedniej strategii stylistycznej,
 - wybór odpowiedniego gatunku,
 - plan kompozycyjny tekstu.
- Redagowanie (pisanie) tekstu – na tym etapie szczególnie wyróżnić musimy:
 - wybór słownictwa,
 - tworzenie zdań,
 - tworzenie jednostek bardziej złożonych (akapitów, segmentów, paragrafów itp.).
- Udoskonalanie (dopracowywanie) tekstu – a szczególnie:
 - sprawdzenie poprawności językowej,
 - korekta pod kątem zrozumiałości,
 - wprowadzenie elementów perswazyjnych (o ile w danym tekście jest to konieczne).

Spróbujmy teraz przyjrzeć się bliżej poszczególnym etapom.

JAK SIĘ PRZYGOTOWAĆ DO PISANIA?

Dla lepszej orientacji – spójrzmy na mapę

Jak pamiętamy, dla przeciętnego Polaka FE są systemem bardzo skomplikowanym i przez to trudnym do pojęcia. Czy poza szeroko zakrojoną kampanią informacyjną można jakoś ten stan rzeczy odmienić? Wydaje się, że w pewnym zakresie jest to możliwe. Szanse jakieś dawałoby ujednolicenie sposobu myślenia o FE wszystkich autorów tekstów. Okazuje się bowiem, że jeśli ludzie myślą o czymś w podobny sposób, ujednoliceniu ulega także obraz tego zjawiska w ich wypowiedziach.

Wystarczy zatem stworzyć coś w rodzaju mapy najważniejszych pojęć FE i ich wzajemnych relacji. Mapa taka mogłaby służyć pomocą wszystkim autorom tekstów o FE, którzy dzięki temu mogliby wysyłać spójny komunikat – jednolity obraz FE.

Co powinno się na takiej mapie znajdować?

- Po pierwsze – mapa powinna być intuicyjna i przejrzysta,
- po drugie – warto na niej umieszczać wyłącznie najważniejsze pojęcia (słowa kluczowe, wyrazy najczęstsze),
- po trzecie – mapa taka powinna odzwierciedlać równocześnie proces komunikowania o FE i działania w ich ramach.

Naszą mapę powinny wyznaczać dwa wymiary. Pierwszy (góra – dół) to relacja między UE a zwykłymi obywatelami, drugi (lewo – prawo) to oś czasu i zmiany. W punkcie przecięcia obu osi znajduje się centralne pojęcie tekstów o FE – projekt, a dookoła niego – cztery pola. Dwa górne – to działania podmiotów zarządzających FE (np. MRR), dwa dolne pola – to działania obywateli. Pionowa oś dzieli ten układ czasowo – po lewej znajdują się działania PRZED przyznaniem dotacji, po prawej – aktywność PO przyznaniu tych środków. Każde wyodrębnione w ten sposób pole to osobna sfera działań różnych podmiotów, ale też wyraźny temat, który można w tekstach komunikować. Schematycznie naszą mapę można przedstawić tak:

		UE => FE => MRR, IZ, IP, IPII		
PRZED sytuacja (Polski, województwa, regionu, firmy) przed przyznaniem dotacji unijnych	SFERA 1 (informowanie) - działania i akcje informacyjno-promocyjne - nabory wniosków i konkursy - różne instytucje zarządzające i pośredniczące - szkolenia	SFERA 4 (informowanie) - ocena projektów - przekazywanie pieniędzy - kontrola realizacji - informacyjne wspomaganie beneficjentów - informowanie społeczeństwa o sukcesach i efektach	PO sytuacja (Polski, województwa, regionu, firmy) po przyznaniu dotacji unijnych	
	PROJEKT			
	SFERA 2 (nakłanianie) - odczuwanie potrzeby zmiany sytuacji - poszukiwanie informacji - opracowywanie pomysłu - przygotowywanie projektu - pisanie wniosku	SFERA 3 (instruowanie) - realizacja projektu (i zamierzonych celów) - informowanie społeczeństwa o sukcesach i efektach - zmiana sytuacji początkowej		
		ZWYKLI LUDZIE		

Pamiętajmy, że mapa ta została stworzona na podstawie analizy słów kluczowych, czyli wyrazów najczęstszych w tekstach o FE. Obraz ten jest dynamiczny i przypomina narrację. Jest to minimalna historia, która powinna być spójnie komunikowana i dzięki temu – jednoznacznie dekodowana przez społeczeństwo. Na obraz ten składają się następujące informacje:

najprostsza
narracja o FE

FE JAKO SYSTEM

FE są częścią systemu finansowego UE. Zarządzaniem środkami z UE zajmuje się MRR wraz z urzędami marszałkowskimi. FE to pakiet programów operacyjnych, które mają swoje specyficzne priorytety i zestawy działań służące finansowaniu projektów.

KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

MRR komunikuje społeczeństwu informacje o FE za pomocą różnego typu tekstów (od stron internetowych po gazety codzienne). Celem tej komunikacji jest zachęcenie do korzystania z FE oraz wyczerpujące przekazywanie informacji na ich temat. Odbiorcami tej komunikacji są osoby i instytucje różnego typu. Podmioty te nazywa się potencjalnymi beneficjentami.

DZIAŁANIA BENEFICJENTA

Podmiot, który chciałby uzyskać dotacje, powinien poszukać konkretnych i wyczerpujących informacji. Pomocne są w tym różne źródła informacji (strony www, poradniki, punkty informacyjne). Informacje te pomogą mu wybrać odpowiedni program, doprecyzować pomysł, zamienić go w projekt dotyczący konkretnego celu i – wreszcie – przygotować wniosek. Wniosek jest oceniany i zatwierdzany lub odrzucany. Po podpisaniu umowy o dofinansowanie rozpoczyna się realizacja projektu. Projekt pozwala osiągnąć konkretny cel zarówno w wymiarze społecznym, jak i indywidualnym. O realizowanych projektach i ich efektach podmioty zarządzające oraz beneficjenci informują społeczeństwo.

Czy taka mapa pojęć może służyć do czegoś jeszcze poza ujednoliceniem myślenia o FE? – Naszym zdaniem – tak!

Po pierwsze – schemat ten pozwala potencjalnemu autorowi tekstów o FE zorientować się, w którym miejscu tego systemu znajduje się temat. Dowie się on, czy pisany tekst jest częścią komunikacji informacyjnej (np. ulotka, broszura, ogłoszenie), promocyjnej (artykuł prasowy, album dobrych praktyk itp.) czy też instruktażowej (np. instrukcja wypełniania wniosków).

Po drugie – mapa ta pozwoli mu określić kierunek wprowadzania kolejnych „dawek informacji”. Zauważmy, że dla tekstów o dominancie perswazyjnej – informacje należy wprowadzać od dołu – przyjmując perspektywę zwykłego człowieka. W komunikacji informacyjnej – od góry, czyli z perspektywy systemu Funduszy Europejskich.

Porównajmy kilka przykładowych kompozycji:

Układ 2-1-3-4 (problem – pomoc FE – dowód – efekty)

tekst perswazyjny; kompozycja tekstu:

akapit 1 – młodzi przedsiębiorcy są w trudnej sytuacji: chcą rozwinąć swoją działalność, ale nie mają kapitału,

akapit 2 – FE umożliwiają rozwój małych firm,

akapit 3 – w województwie X (lub w kraju X) działają już programy umożliwiające m.in. rozwój przedsiębiorczości. Pani Z opowiada o swoich doświadczeniach,

akapit 4 – Komu program ten przyniesie określone efekty? (warto tu uwzględnić różne perspektywy zysków: beneficjentów, beneficjentów ostatecznych, regionu oraz kraju).

Układ 3-1-4-2 (przykład – pomoc FE – efekty – dla kogo)**tekst perswazyjny; kompozycja tekstu:**

akapit 1 – Pani X, młody przedsiębiorca, opowiada o realizacji projektu, który pozwolił jej rozbudować małą firmę i rozwinąć działalność,

akapit 2 – opis programu operacyjnego, który to umożliwił,

akapit 3 – jakie są możliwe efekty i korzyści?

akapit 4 – kto i gdzie powinien szukać informacji na ten temat?

Układ 1-2-3-4 (informacja o środkach – dla kogo – opis realizacji – efekty)**tekst informacyjny; kompozycja tekstu:**

akapit 1 – urząd marszałkowski ogłasza nabór wniosków,

akapit 2 – dzięki programowi młodzi przedsiębiorcy mogą rozwinąć działalność,

akapit 3 – warunki dofinansowania projektów,

akapit 4 – spodziewane efekty i korzyści.

Porządkowanie informacji

Przed przystąpieniem do pisanie konkretnego tekstu powinniśmy zatem przeanalizować naszą sytuację komunikacyjną (zob. mapa pojęć FE). Gdy już ją rozpoznamy, przychodzi pora na uporządkowanie treści planowanego tekstu. Przez treść rozumiemy tu wszelkie informacje, które zamierzamy przekazać czytelnikom. Generalnie informacje takie można podzielić na dwa sposoby. Kiedy uwzględnimy wiedzę odbiorcy – na: treści znane i nieznanne. Kiedy zaś spojrzymy na możliwości nadawcy – na: treści od nadawcy zależne (nieobowiązkowe) i niezależne (obowiązkowe).

co to jest treść?

Połączenie obu perspektyw daje następujący efekt:

TREŚCI	znane odbiorcy	nieznane odbiorcy
zależne od nadawcy	Z jednej strony są to drugorzędne dla tematu tekstu informacje na temat FE. Z drugiej strony – niezwiązane wcale z tematem tekstu, codzienną wiedzą i doświadczeniami odbiorców.	Informacji tego typu należy za wszelką cenę unikać. Jeśli nie są w tekście konieczne, zrezygnujmy z ich przekazywania, ponieważ dla odbiorcy będzie to dodatkowe obciążenie informacyjne.
niezależne od nadawcy	To rdzeń informacyjny każdego tekstu. Informacje tego typu muszą się znaleźć w teście; na szczęście odbiorca je dobrze zna.	To najtrudniejszy w procesie komunikowania typ informacji. Treści te muszą się bowiem w tekście pojawić. Odbiorca ich jednak nie zna.

Oczywiście, najtrudniejsza jest decyzja szeregująca treści na informacje odbiorcy znane i nieznanne. Pierwszych powinno być w tekście jak najwięcej. Drugich – jak najmniej.

Pora na przykład. Wyobraźmy sobie, że mamy napisać tekst o konkursie na najlepszą pracę magisterską na temat funduszy wspierających rozwój polskich regionów. Tekst ma być ogłoszeniem adresowanym do studentów i studentek.

napiszmy ogłoszenie

W tej sytuacji musimy uwzględnić bardzo dużo informacji:

- Po pierwsze – informacje związane z tematem, czyli wiedza o tej konkretnej sytuacji: kto ogłasza konkurs, do kogo jest on adresowany, na czym konkurs polega, jakie są nagrody?
- Po drugie – informacje ogólne, pozatekstowe, takie jak:
 - wiedza o UE (jesteśmy w UE, opłacamy składki, UE daje nam środki do podziału),
 - wiedza o FE (skomplikowany system zależności),
 - wiedza o Polsce i jej regionach (wiedza ogólna o Polsce; o najbliższej okolicy – wiedza wynikająca z doświadczeń),
 - wiedza o systemie studiach i studiowaniu w Polsce (wiedza wynikająca z codziennych doświadczeń odbiorcy),
 - wiedza o konkursach i ich formach (wiedza ogólna).

Spróbujmy uporządkować te informacje w tabeli. Istotne jest zwłaszcza wszystko to, co według nas wiąże się bezpośrednio z tematem tekstu i mogłoby się w nim z tego powodu pojawić.

Warto więc rozpocząć od przyjrzenia się treściom dotyczącym samego konkursu. Wygląda to tak:

jak porządkować
informacje?

Informacje związane z tematem globalnym	- konkurs ogłasza MRR, - adresatem są studenci i absolwenci, - prace o projektach finansowanych ze środków funduszy strukturalnych, - daty: 2004-2006, 2007-2013, daty obron magisterskich, daty nadesłania prac, daty ogłoszenia wyników, - nagrody, - struktura konkursu, - regulamin konkursu, - wniosek konkursowy.
---	--

Trzeba założyć, że adresaci ogłoszenia nie znają powyższych informacji. Należy je zatem wprowadzić w sposób przemyślany, uporządkowany i rozwiewający wątpliwości. Warto tylko zastanowić się już teraz, z których informacji możemy zrezygnować bez utrudnienia odbioru tekstu. W tym wypadku – informacje, które można pominąć, to streszczanie regulaminu i wniosku konkursowego. Do obu dokumentów można odwołać się odsyłaczem lub linkiem.

Czego odbiorca może nie wiedzieć? Wydaje się, że odbiorca zna tylko ogólne mechanizmy działania UE i FE. Może na przykład nie kojarzyć, że prowadzone są regularne i cykliczne konkursy dla studentów na prace poświęcone tematyce dotacyjnej. Taką informację, mimo że jest niezwiązana z tematem bezpośrednio, można śmiało dodać. Oto cała tabela:

	znane odbiorcy	nieznane odbiorcy
zależne od nadawcy	A Podstawowa wiedza studentów o FE. Subiektywnie ważna i obszerna wiedza o studiach i studiowaniu.	B W państwach Unii Europejskiej (w Polsce) organizowane są konkursy dla studentów na prace magisterskie poświęcone FE.
niezależne od nadawcy	C Ogólna wiedza o formach i sposobach organizacji konkursów.	D - konkurs ogłasza MRR, - adresatem są studenci i absolwenci, - prace o projektach finansowanych ze środków funduszy strukturalnych, - daty: 2004-2006, 2007-2013, daty obron magisterskich, daty nadesłania prac, daty ogłoszenia wyników, - nagrody, - struktura konkursu, - regulamin konkursu, - wniosek konkursowy.

Po wstępnym przygotowaniu takiej informacyjnej matrycy powinniśmy się zastanowić nad wykorzystaniem w planowanym tekście informacji z pkt. A (wiedza o studiach) i pkt. B. Doświadczenia studenckie mogą być pomocne przy lokalizowaniu tematu tekstu, a informacje z B mogą pomóc w utrwaleniu spójnego obrazu działań MRR (seria konkursów dla studentów jako działania stałe i cykliczne).

Osobne zagadnienie stanowi tzw. architektura informacji. Wyrażeniem tym określa się zwykle porządek (szyk, rozkład) informacji w tekście.

Załóżmy, że w naszym ogłoszeniu powinno się znaleźć zdanie o tym, że opisywany konkurs jest częścią większej, długofalowej kampanii promocyjnej FE. Pojawia się pytanie: gdzie je zamieścić – na początku czy na końcu tekstu? To samo dotyczy ewentualnego odwołania się do doświadczeń studenckich odbiorcy. W tym wypadku nie mamy jednoznacznych sugestii. Można jednak przyjąć, że informacje przypominające odbiorcy jego codzienne życie powinny się pojawiać w tekstach zawsze jak najwcześniej. Informacje zaś pokazujące długofalowe działania MRR – na początku lub na końcu tekstu.

Wykorzystując naszą mapę, możemy przyjąć następujący układ informacji w planowanym tekście o konkursie:

- najpierw przywołamy doświadczenia studenckie (sfera 2),
- potem przypomnimy o cykliczności działań MRR (sfera 1),
- następnie opiszemy aktualny konkurs (sfera 1),
- odeślemy do innych źródeł informacji (sfera 1).

Trzy najpopularniejsze formy porządkowania informacji w tekście to: układ chronologiczny (np. przepis kulinarny), układ logiczny (przyczyna – skutek), układ hierarchiczny (od najważniejszej do najmniej ważnej).



Role nadawcy i odbiorcy, styl i gatunek

wybieramy
role symetryczne

Gdy mamy już przygotowany wstępny plan kompozycyjny tekstu, warto pomyśleć o rolach, które wyznaczymy sobie i jednocześnie odbiorcom naszego tekstu. Pamiętajmy, że role te są dość konwencjonalne, ponieważ odpowiadają im specyficzne strategie komunikacyjne, a nawet zestawy wyrazów i form językowych. Role te są zawsze sprzężone, to znaczy jeśli wybierzemy dla siebie rolę urzędnika, odbiorcy automatycznie przypada rola petenta. Jeśli wybierzemy rolę nauczyciela, odbiorcy wypada pozostać tylko uczniem itp. Załóżmy, że ogłoszenie to zawiśnie w formie plakatu informacyjnego na wielu uczelniach wyższych. W tej sytuacji najstosowniejszy będzie styl potoczny (ale staranny, oficjalny). W takiej sytuacji komunikacyjnej nie powinniśmy wprowadzać asymetrycznych ról społecznych (różniących się prestiżem lub statusem). Nadawca tekstu powinien raczej przyjąć pozycję „kogoś znajomego”. Oto przykładowy tekst takiego plakatu. Dla porównania dalej przytoczymy oryginalny tekst znajdujący się na stronie MRR. Ogłoszenie ma bardzo podobną kompozycję, ale nadawca ustalił relacje asymetryczne, czyli prezentuje się w nim jako wysoki rangą urzędnik państwowy (minister).



UWAGA – WIELKA SZANSA! KONKURS NA NAJLEPSZĄ PRACĘ MAGISTERSKĄ O FUNDUSZACH STRUKTURALNYCH

Zapraszamy autorów prac magisterskich o FE do udziału w konkursie ogłoszonym przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.

Nadsyłane **prace powinny dotyczyć** projektów finansowanych ze środków funduszy strukturalnych zarówno w latach 2004-2006, jak i 2007-2013. Odbędą się dwie edycje tego konkursu:

- w pierwszej wezmą udział prace obronione między 1 stycznia 2008 r. a 31 października 2009 r. – można je nadsyłać do **30 listopada 2009 r.**
- w drugiej edycji wezmą udział prace obronione między 1 listopada 2009 r. a 31 października 2010 r. – termin nadsyłania: **30 listopada 2010 r.**

Rozstrzygnięcie 1. edycji nastąpi w marcu 2010 r., laureatów 2. edycji poznamy w marcu 2011 r.

W obu edycjach do wygrania są interesujące nagrody:

- za zajęcie 1. miejsca publikacja pracy magisterskiej w 100 egzemplarzach oraz nagroda pieniężna w wysokości 5 000 zł
- za zajęcie 2. miejsca nagroda pieniężna w wysokości 3 000 zł
- za zajęcie 3. miejsca nagroda pieniężna w wysokości 2 000 zł

Szczegółowe informacje dotyczące konkursu można znaleźć na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl

Minister Rozwoju Regionalnego serdecznie zaprasza wszystkich studentów i absolwentów polskich uczelni do udziału w konkursie na najlepszą pracę magisterską w zakresie funduszy strukturalnych dla rozwoju polskich regionów.

Nadsyłane prace powinny dotyczyć programów finansowanych ze środków funduszy strukturalnych zarówno perspektywy 2004-2006, jak i 2007-2013. W ramach konkursu odbędą się dwie edycje. W pierwszej mogą wziąć udział prace broniące między 1 stycznia 2008 r. a 31 października 2009 r., a nadsyłać je należy do **30 listopada 2009 r.**

Rozstrzygnięcie I edycji nastąpi w marcu 2010 r. Do drugiej edycji kwalifikować się będą prace broniące między 1 listopada 2009 r. a 31 października 2010 r. i nadsyłane do **30 listopada 2010 r.** Laureaci tej edycji ogłoszeni zostaną w marcu 2011 r.

Nagrodami w obu edycjach konkursu są:

za zajęcie 1. miejsca publikacja pracy magisterskiej w 100 egzemplarzach oraz nagroda pieniężna w wysokości 5 000 zł

za zajęcie 2. miejsca nagroda pieniężna w wysokości 3 000 zł

za zajęcie 3. miejsca nagroda pieniężna w wysokości 2 000 zł

Szczegółowe informacje dotyczące m.in. warunków udziału w konkursie są dostępne w regulaminie konkursu.

Pobierz pliki: 1, 2



KOMPOZYCJA TEKSTU

Na zakończenie przedstawiamy kilka ważnych technik, które ułatwią odbiorcy zrozumienie przekazu. Zjawiska te warto uwzględnić w trakcie przygotowywania planu kompozycyjnego.

Streszczanie i sumowanie

Im tekst jest trudniejszy, tym częściej jego odbiorcy potrzebują wskazówek, jak należy go zrozumieć. Informacje takie powinien w miarę systematycznie zostawiać sam autor. Służy do tego streszczenie całości lub fragmentu tekstu oraz podsumowanie. W wypadku tekstów o FE warto umieszczać krótkie streszczenia na początku i na końcu tekstu. W niektórych przypadkach można też zastosować wyodrębnione graficznie ramki zawierające streszczenie. Najważniejszą informacją, którą warto streszczać, jest globalny temat przekazu. W tekstach prasowych funkcję taką spełniają tytuł i lid. Jeśli chodzi o teksty o FE, czasem wystarczy dosłownie jedno zdanie. Innym razem – kiedy tekst jest obszernym dokumentem – konieczny jest opis treści.

streszczajmy
sens globalny tekstu



W tym numerze Biuletynu przedstawiamy krótkie **podsumowanie** realizacji regionalnych programów operacyjnych w kolejnych województwach: małopolskim, mazowieckim, pomorskim i śląskim.

Podsumowania powinny zaś dotyczyć większych partii informacji, które właśnie przekazywaliśmy lub które z jakichś powodów należy w danym momencie przytoczyć. Podsumowanie może też przyjmować formę przypomnienia:



Przypomnijmy, iż mowa o projektach badawczych z wykorzystaniem metody foresight.

Segmentacja

Kolejną bardzo pomocną techniką jest segmentacja tekstu. Polega ona na wydzielaniu w obrębie tekstu mniejszych jednostek informacyjnych, które przez to można łatwiej przyswoić. Segmenty te powinny być uporządkowane, ale przede wszystkim – trzeba je nazywać i zawsze zapowiadać. Można to robić za pomocą słów takich, jak *następujący*. Najpopularniejsze nazwy to: *typy*, *punkty*, *kroki*, *etapy*, *kierunki*, *płatczyny*, *warstwy*, *poziomy* itp.



Pora na instrukcję wypełniania wniosku. Przedstawimy ją w trzech prostych krokach...

O dotację w ramach działania 3.1. mogą się ubiegać następujące typy podmiotów. Pierwszy to... Drugi to...

Pierwszy **etap** programu, finansowany jeszcze z funduszy na lata 2004-2006, właśnie się zakończył [...] Drugi **etap** kampanii zaplanowano na listopad i grudzień 2008 r.

Kluczowe są tutaj trzy kierunki działania: segmentacja rynku, budowa produktów zamiast promocji samych atrakcji oraz stworzenie zintegrowanego systemu turystycznej informacji marketingowej, tak jak praktykuje się to na świecie.

Zapowiadaj wszystkie zjawiska tekstowe

Znacznym ułatwieniem dla odbiorcy jest też sygnalizowanie (zapowiadanie) wszelkich lokalnych zjawisk tekstowych. Chodzi tu na przykład o listy, wyliczenia, rysunki, tabele, przeciwstawienia itp. Najczęściej w tej funkcji używa się słowa *następujący* lub wyrażenia *na przykład* (*np.*).

W programie priorytetowo traktuje się następujące tematy:

- przyszłość Unii Europejskiej i jej wartości podstawowe,
- aktywne obywatelstwo europejskie: demokracja w Europie,
- dialog międzykulturowy.

Generator Wniosków Aplikacyjnych poddaje walidacji następujące części wniosku: Informacje o projekcie, Beneficjent, Charakterystyka projektu, Oświadczenie, Szczegóły budżet, Budżet.

W działaniu 4.2 programu Innowacyjna Gospodarka najciekawsze projekty dotyczyły na przykład: przekształcenia przedsiębiorstw w centra badawczo-rozwojowe, utworzenia laboratorium analiz zawartości dioksyn w produktach żywnościowych i środowisku.



Technika pytanie – odpowiedź

Omawiana tu technika pełni bardzo ważną funkcję w procesie przekazywania informacji. Trudno przy tym zastosować ją sensownie. Odbiorca – czytając tekst – poszukuje informacji na jakiś temat, co oznacza, że jego myśli przygotowane są do zadawania pytań. Chodzi zatem o to, by nadawca owe pytania potrafił przewidzieć i zadać we właściwych miejscach. Oczywiście, nie mogą to być pytania retoryczne. Po takim pytaniu trzeba od razu umieścić odpowiedź. Dodatkowym autem tej techniki jest to, że sekwencja *pytanie – odpowiedź* bardzo przypomina codzienną komunikację mówioną.

Czy coś się zmieni w kolejnych naborach? Chcielibyśmy „odchudzić” dokumentację aplikacyjną, w tym zmniejszyć liczbę załączników.

Czy kryzys gospodarczy w Europie przyhamował inwestycje? Paradoksalnie, przyczynił się do wzrostu zainteresowania taką działalnością.



Akcentuj treści (informacje) o dużej wartości

W każdym tekście znajdują się fragmenty z jakichś względów ważne. Mogą to być po prostu istotne dla sprawy informacje, trudne w odbiorze zdania lub wypowiedzi wyrażające nasze poglądy. Warto takie elementy dodatkowo akcentować.

Pisaliśmy już o tym, że funkcję taką może pełnić użycie formy *my* w charakterze ostrzeżenia przed trudnym miejscem. Funkcję takich identyfikatorów mogą pełnić ponadto następujące wyrazy: przymiotniki – *istotny, najważniejszy, podstawowy, fundamentalny, priorytetowy, zasadniczy*, a także rzeczowniki – *sprawa, zjawisko, fenomen, kategoria, typ* itp.

sygnalizujemy
ważne treści



Jednym z fundamentalnych instrumentów pomocowych jest Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka.

Jest to zasadnicza różnica w porównaniu z innymi dotacjami przyznawanymi w pozostałych częściach programu.

Zasadnicza różnica między większością funduszy a nami jest taka, że nie odrzucamy projektów, które są prowadzone przez osoby z małą wiedzą biznesową.

Topografia i typografia tekstu

Wbrew pozorom – przestrzenny układ tekstu także jest istotny. Wystarczy przypomnieć sobie wiele gatunków użytkowych, w których istotny jest rozkład informacji „góra – dół” oraz „lewo – prawo”.

Warto także postarać się, aby tekst nie był pisany zbyt małą czcionką. Rozmiar zalecany to minimum 11 pkt. Należy przy tym unikać wielowyrazowej kursywy, która nieświadomie rozdrażnia, oraz wszelkiego rodzaju pogrubień lub podkreśleń. Najlepszy dla oznaczania tego typu zjawisk jest druk rozstrzelony oraz czerwona czcionka (tzw. efekt czerwonego nosa Rudolfa). Na stronie też powinno się pojawić sporo wolnej przestrzeni (białe pola).

Wizualizacja i schematyzacja

infografia –
informacja graficzna

Jeśli tylko to możliwe, warto dodawać do tekstu wszelkiego rodzaju informację graficzną. Dotyczy to zarówno schematów i wykresów, jak i zdjęć oraz rysunków. Używane środki wizualne powinny być możliwie proste i schematyczne. Fotografie powinny przedstawiać ludzi.

Zaskakuj czytelnika od czasu do czasu

Ostatnia zasada jest bardziej ogólna. Wynika ona z zadziwiającej zdolności ludzkiego mózgu do wpadania w monotonię, która praktycznie uniemożliwia odbiór tekstu. I przeciwnie – rozbicie tej monotonii znacznie poprawia koncentrację i panowanie nad treścią. Dlatego właśnie od czasu do czasu należy odbiorcę zaskakiwać. Może to być niekonwencjonalne słowo, humorystyczny rysunek, ciekawa anegdota czy niespotykana w codziennej komunikacji metafora.

REDAGOWANIE TEKSTU

Wyżej omówiliśmy różne metody porządkowania i organizowania informacji tworzących treść naszego tekstu. Chodziło nam zarówno o informacje dotyczące świata, jak i osób, które się ze sobą komunikują (role nadawczo-odbiorcze). Porządkowanie informacji powinno się zakończyć sporządzeniem szczegółowego planu tekstu. Konspekt taki powinien zawierać układ akapitów i streszczenie ich zawartości (zob. wyżej).

Teraz możemy już przejść do fazy drugiej – fazy pisania. Na tym etapie powinniśmy się koncentrować głównie na pisaniu językiem zrozumiałym. W naszym poradniku ten sposób pisania określa indeks mglistości tekstu (FOG). Pamiętajmy, że wysoki wskaźnik mglistości oznacza dość drastyczne ograniczenie liczby osób, które będą mogły ów tekst zrozumieć. Aby tego uniknąć, musimy zarówno wybrać odpowiednie wyrazy, jak i połączyć je w stosunkowo krótkie i jasne zdania.

Słownictwo i styl

Jeśli chodzi o wybór słownictwa, warto pamiętać o tym, że to właśnie leksyka decyduje o stopniu trudności tekstu. Przypomnijmy teraz najważniejsze zasady (czasem z przykładami):

- używaj wyrazów krótkich (poniżej 4 sylab),
- używaj jak największej liczby słów powszechnie znanych,
- używaj wyrazów o wysokiej frekwencji w polszczyźnie ogólnej (zob. lista frekwencyjna polszczyzny w *Dodatkach*),
- stosuj jak najwięcej czasowników,
- zamieniaj rzeczowniki odczasownikowe na czasowniki:

Wysokość dotacji jest uzależniona od **wykazania** rzeczywistych potrzeb związanych z uruchomieniem firmy.



Wysokość dotacji jest uzależniona od tego, czy dana osoba **jest w stanie wykazać** rzeczywiste potrzeby związane z uruchomieniem firmy.



- trudne terminy stawiaj po definicjach, a nie przed nimi:

Przypomnijmy, iż mowa o projektach badawczych z wykorzystaniem metody **foresight**, oznaczającej, ogólnie rzecz biorąc, rozpoznawanie potrzeb danej dziedziny w przyszłości, naturalnie, w stricte praktycznych celach.





Przypomnijmy, iż mowa o projektach badawczych z wykorzystaniem metody rozpoznawania potrzeb danej dziedziny w przyszłości – zwanej **foresight**.

- identyfikuj typ tekstu (podawaj nazwy gatunkowe, np. *ogłoszenie o konkursie, album dobrych praktyk* itp.),
- stosuj często tzw. operatory organizacji retorycznej, czyli słowa takie, jak: *argument, wniosek, przesłanka, przyczyna, efekt* itp. Wszystkie one ułatwią odbiorcy wychwycenie głównego toku naszej argumentacji (np. *pierwszy argument..., aby podsumować... itp.*),
- stosuj metafory potoczne,
- używaj wyrazów konkretnych zamiast abstrakcyjnych,
- unikaj form bezosobowych,
- unikaj rozbudowanych nazw własnych,
- unikaj pojęć i terminów specjalistycznych,
- unikaj ciągów rzeczownikowych.

Składnia

Szczegółowe zasady dotyczące tworzenia zdań również podporządkowane są osiągnięciu efektu zrozumiałości. Chodzi zatem o zdania krótkie i takie, które jak najszybciej informują czytelnika o danej treści. Ta ostatnia właściwość wynika z tego, że czytamy od lewej do prawej. Kierunek ów narzuca określone rozwiązania składniowe (np. szyk zdania). Oto szczegółowe zasady (czasem ilustrujemy je przykładami):

- lepiej odbierane są zdania krótkie niż długie; zrozumiały tekst to łańcuch krótkich zdań (technika kawałkowania), przykładowo:



My informujemy ogólnie o FE. Nasz przekaz skierowany jest do całego społeczeństwa, w tym do potencjalnych beneficjentów. Instytucje pośredniczące i wdrażające kierują komunikaty do beneficjentów działań, za które są odpowiedzialne. Organizują spotkania czy szkolenia już dla węższych grup zainteresowanych. To wszystko wiąże się z precyzyjnym przygotowaniem tekstów.

- rozdzielając zdania na mniejsze fragmenty, sygnalizuj przerwy operatorami logicznymi (słowa funkcyjne) lub znakami interpunkcyjnymi (zwłaszcza myślnikiem), np.:

Tymczasem projekt to „projekcja” naszego pomysłu wynikająca z problemu (na przykład produkt lub usługa tracąca rynek) lub okazji do wprowadzenia innowacji (na przykład nowa, dotychczas nie istniejąca na rynku usługa) ze wszystkimi biznesowymi konsekwencjami tych działań. Wniosek zaś jest sformalizowanym przedstawieniem projektu, pozwalającym na ocenę, w jakim stopniu przedsięwzięcie firmy wpisuje się w cele programu pomocowego, w tym wypadku Programu Innowacyjna Gospodarka.



Tymczasem projekt to „projekcja” naszego pomysłu. Może ona wynikać z jakiegoś problemu lub innowacji ze wszystkimi biznesowymi konsekwencjami tych działań. Problemem może być utrata rynku przez produkt lub usługę, innowacją zaś – nowa usługa lub projekt. Do omówienia pozostał jeszcze tylko „wniosek”. Jest on sformalizowanym przedstawieniem projektu, pozwalającym ocenić, w jakim stopniu przedsięwzięcie firmy wpisuje się w cele programu pomocowego, w tym wypadku Programu Innowacyjna Gospodarka.



- szyk zdań złożonych: zasada ta dotyczy zdań złożonych, z których jedno jest zdaniem głównym, a drugie – podrzędnym; komponując takie dwa zdania w jedną całość, należy pamiętać o trzech możliwościach realizacji tej struktury:
 - zaczynamy od zdania głównego, np. *Złożę wniosek, jeśli mi pomożesz go przygotować,*
 - zaczynamy od zdania podrzędnego, np. *Jeśli mi pomożesz, zacznę przygotowywać wniosek,*
 - rozbijamy zdanie główne zdaniem podrzędnym: *Zacznę – jeśli mi pomożesz – przygotowywać wniosek.*
- z wymienionych trzech układów najgorszy jest ten ostatni. Gdybyśmy mieli jednak zalecić najlepszy wariant, to byłaby to druga struktura – ze względu na przejrzystość semantyczną. Umieszczenie na początku słówka *jeśli* (choć, ponieważ) znacznie ułatwia interpretację.
- używaj strony czynnej, unikaj – biernej, np. *Beneficjenci składają wnioski*, a nie *wnioski są składane przez beneficjentów*.
- staraj się zachować szyk naturalny: podmiot + orzeczenie + dopełnienie, np.:

nie rozbijajmy zdań

Kolejne fundusze płyną do nas z PO KL...



Z PO KL płyną do nas kolejne fundusze...



- stosuj często paralelizmy składniowe, czyli powtarzaj tę samą strukturę kilka razy, np. *Pierwszym problemem jest..., drugim problemem jest..., trzecim problemem jest...*
- kiedy – po kilku zdaniach – stosujesz powtórzenie, najlepiej użyj tego samego słowa, a nie synonimu czy zaimka.

Aspekt poprawnościowy

Świadomość normatywna autorów tekstów powinna wiązać się z umiejętnością unikania błędów, które w dużym stopniu ograniczają zrozumiałość tekstu.



Zalecany przez nas sposób komunikacji nie jest kodem wyrafinowanym stylistycznie; do końca nie spełnia też norm „języka elitarnego”. Jest to język prosty, ale nie prostacki. Jego cechy są efektem dostosowania naszych tekstów do możliwości percepcyjnych społeczeństwa.

Chodzi tu zwłaszcza o błędy w zakresie leksyki (semantyki) oraz składni (szczegółowo opisaliśmy je w rozdziale o poprawności). Umiejętności tej nie można się szybko nauczyć, jednak w dużym stopniu pomocne mogą się okazać słowniki i poradniki

(dostępne także w internecie). W *Dodatkach* można znaleźć słowniczek najczęściej popełnianych błędów oraz listę form nadużywanych, a przede wszystkim tytuły książek i słowników, które warto mieć pod ręką. Bardzo przydatne mogą się też okazać adresy i numery telefonów do poradni językowych prowadzonych przez polskie uniwersytety.

Dodatki

SŁOWA KLUCZE TEKSTÓW O FE

1. projekt	31. system	61. poziom
2. program	32. urząd	62. dokument
3. ramy	33. wartość	63. r. (= rok)
4. działanie	34. jednostka	64. zmiana
5. rozwój	35. organizacja	65. finansowy
6. wniosek	36. dotyczyć	66. znać
7. regionalny	37. przedsiębiorca	67. grupa
8. dofinansowanie	38. gospodarczy	68. wydatek
9. europejski	39. realizować	69. dany
10. województwo	40. ochrona	70. badanie
11. realizacja	41. konferencja	71. marszałkowski
12. fundusz	42. usługa	72. możliwość
13. instytucja	43. ministerstwo	73. beneficjent
14. wsparcie	44. współpraca	74. podmiot
15. konkurs	45. zostać	75. polityka
16. operacyjny	46. firma	76. unia
17. zakres	47. wdrażanie	77. krajowy
18. osoba	48. działalność	78. wschodni
19. informacja	49. termin	79. zarządzanie
20. szkolenie	50. koszt	80. poprzez
21. infrastruktura	51. sieć	81. przedsięwzięcie
22. publiczny	52. region	82. turystyczny
23. gospodarka	53. innowacyjny	83. promocja
24. środowisko	54. informacyjny	84. szczegółowy
25. priorytet	55. budowa	85. kapitał
26. ocena	56. związać	86. wynosić
27. obszar	57. spotkanie	87. zarząd
28. przedsiębiorstwo	58. zasada	88. ul. (= ulica)
29. inwestycja	59. przypadek	89. przypadek
30. umowa	60. unijny	

WYRAZY TRUDNE

administracja	kwalifikowany	przygotowawczy
administracyjny	marszałkowski	przygotowywać
alokacja	merytoryczny	przygotowywanie
alternatywny	międzynarodowy	przygraniczny
audiowizualny	modernizacja	rekomendacja
automatycznie	niematerialny	reprezentować
automatyczny	obligatoryjny	rozporządzenie
charakterystyka	obywatelstwo	rozpowszechnianie
charakteryzować	oddziaływanie	rozwiązywanie
dofinansować	ograniczenie	sfinansowanie
dofinansowanie	opracowywanie	skomplikowany
dokumentacja	optymalizacja	specjalistyczny
dostarczenie	organizacyjny	stowarzyszenie
dostosowanie	organizowanie	strategiczny
fakultatywny	podsumowanie	strukturalny
finansowanie	ponadnarodowy	technologiczny
funkcjonować	postępowanie	uczestnictwo
funkcjonowanie	poszczególne	ukierunkować
gospodarstwo	pośrednictwo	upowszechniać
horyzontalny	pozyskiwanie	upowszechnienie
identyfikacja	priorytetowy	uruchamianie
informacyjny	problematyka	usprawnienie
informowanie	profesjonalny	uwzględnienie
infrastruktura	programowanie	uzasadnienie
instytucjonalny	projektodawca	wiceminister
intensywność	projektowanie	wnioskodawca
inwestowanie	przeciwdziałanie	współfinansować
inwestycyjny	przedsiębiorca	wydatkowanie
klasyfikacja	przedsiębiorczość	wykorzystywanie
komercjalizacja	przedsiębiorstwo	wykwalifikować
komunikacyjny	przedsięwzięcie	zaangażowanie
koncentrować	przedstawiciel	zaawansowany
konkurencyjność	przedstawienie	zabezpieczenie
konkurencyjny	przekazywanie	zagospodarowanie
konsekwencja	przeprowadzenie	zarządzający
kwalifikacja	przeprowadzić	zastosowanie
kwalifikować	przetwarzanie	zlokalizować
kwalifikowalny	przeznaczenie	zmodernizować
kwalifikowanie	przygotowanie	zrównoważony

SŁOWNICZEK FORM BŁĘDNYCH I NADUŻYWANYCH

Zamieszczony niżej słowniczek zawiera listę form, których z różnych powodów nie należy używać. Wszystkie one pochodzą z autentycznych tekstów o Funduszach Europejskich, przy czym pojawiały się w nich stosunkowo często. W słowniczku wyodrębniamy trzy grupy wyrazów:

- **Kolorem czerwonym** oznaczamy błędy językowe (w tym kolokwializmy niedopuszczalne w starannej komunikacji) zwykle raziące lub utrudniające zrozumienie tekstu.
- **Kolorem zielonym** oznaczamy usterki stylistyczne. Zwykle są to albo wyrazy modne i nadużywane (tzw. natręty językowe), różnego rodzaju manieryzmy lub zapożyczenia ze stylu urzędowego czy prawnego.
- **Kolorem niebieskim** oznaczamy zaś terminy specjalistyczne dotyczące Funduszy Europejskich, które powinny się pojawiać głównie w komunikacji administracyjno-urzędowej (wewnętrznej). Natomiast w tekstach adresowanych do masowego odbiorcy należy ich za wszelką cenę unikać.

adekwatny *nadużywane* → odpowiedni / zgodny z czymś

administracja nad Wisłą → polska administracja

akredytacja *nadużywane* → zgoda / uprawnienie

aktualnie *nadużywane* → obecnie / teraz

aktualny *nadużywane* → obecny / teraźniejszy

alokacja środków *specjalistyczne* → rozdzielenie / rozdysponowanie środków

ileś % alokacji → ileś % przyznanych środków / dotacji

amortyzować *niepoprawne* → łagodzić skutki

aplikacja *nadużywane* → dokument / wniosek / podanie

aplikować *nadużywane* → składać wniosek / złożyć dokumenty

aspekt (w aspekcie) *nadużywane* → w kwestii / jeśli chodzi o

atrakcyjny cenowo *niepoprawne* → mający atrakcyjną cenę

bazować na czymś *nadużywane* → opierać się na czymś

biegać z kwitami po urzędach *kolokwialne* → załatwiać wiele spraw w urzędach bez skutku

bieżący *niepoprawne w znaczeniu 'stały, nieustanny'* → bieżący rok, ale: stałe monitorowanie / nieustanne zmiany

certyfikować jakąś kwotę (ileś pieniędzy) do Komisji Europejskiej *specjalistyczne* → zwracać się do Komisji Europejskiej o zatwierdzenie / akceptację / potwierdzenie zgody na daną kwotę

- charakterystyka czegoś** *nadużywane* → opis / cechy czegoś
- charakteryzować się czymś** *nadużywane* → mieć cechy czegoś / cechować się czymś
- diametralnie** *nadużywane* → przeciwnie / krańcowo / skrajnie
- dokumentacja czegoś** *nadużywane* → dokumenty (dotyczące czegoś)
- duża kasa** *kolokwialne* → duże środki pieniężne
- e-administracja** *nadużywane* → administracja elektroniczna / administracja działająca przez Internet
- e-learning** *nadużywane* → nauczanie drogą elektroniczną / nauczanie za pomocą komputerów / nauczanie przez Internet
- ewaluacja** *nadużywane* → ocena / badania
- ewaluator** *nadużywane* → osoba oceniająca coś
- e-wykluczenie** *nadużywane* → wykluczenie cyfrowe / wykluczenie z powodu braku dostępu do Internetu
- fakt zrobienia czegoś** *niepoprawne* (np. fakt zgłoszenia wniosku) → zrobienie czegoś (np. zgłoszenie wniosku)
- fakultatywny** *nadużywane* → nieobowiązkowy
- filozofia** *niepoprawne* → koncepcja / idea / sposób
- funkcjonowanie** *nadużywane* → działanie
- generalnie** *nadużywane* → powszechnie / ogólnie / zupełnie
- gigantyczna liczba czegoś** *kolokwialne* → wielka liczba / ilość czegoś
- globalny** *nadużywane* w znaczeniu 'powszechny / ogólnie znany' → powszechne działanie / znana marka
- horyzontalny** *nadużywane, specjalistyczne* w znaczeniu: 'związany z tzw. politykami horyzontalnymi UE' → mający szeroki zasięg społeczny / o szerokim zasięgu społecznym / obejmujący to, co znajduje się na tym samym poziomie (firmy / instytucje itp.).
- ilość** *niepoprawne* w znaczeniu 'liczba czegoś policzalnego' → liczba wniosków / liczba osób składających wnioski
- impuls** *nadużywane* → coś, co pobudza do czegoś / zachęta / bodziec
- indykacyjny** *specjalistyczne* → orientacyjny
- inspiracja** *niepoprawne* w znaczeniu 'osoba' → ktoś inspiruje kogoś do czegoś albo coś jest inspiracją dla kogoś
- jeśli ..., wówczas...** *niepoprawne* → jeżeli (jeśli)..., to.../ kiedy (gdy)..., wówczas...
- klimat** *nadużywane* → atmosfera / nastrój
- kluczowy** *nadużywane* → główny / najważniejszy
- komercjalizacja badań / wiedzy** *nadużywane* → praktyczne / komercyjne wykorzystanie badań / wiedzy
- kompleksowy** *nadużywane* → wszechstronny / całościowy; błędnie w znaczeniu 'główny'
- komplementarny** *nadużywane* → uzupełniający się
- koncentrować się na czymś** *nadużywane* → skupiać się na czymś
- koncentrować środki** *nadużywane* → gromadzić / zbierać środki
- kondycja** *niepoprawne* 'o obiektach nieżywotnych' → sytuacja / stan
- konsekwencje** *nadużywane* → następstwa / efekty / rezultaty

- kooperacja** *nadużywane* → współpraca
- kosmiczny dystans** *kolokwialne* → spory (znaczny) dystans / duże / ogromne różnice
- kulejąca współpraca** *kolokwialne* → współpraca bez efektów
- kwalifikować się do czegoś** *nadużywane* → nadawać się do czegoś / pasować do czegoś
- kwestia (w kwestii)** *nadużywane* → w sprawie
- linie demarkacyjne** *nadużywane* → kryteria podziału sfer finansowania / zasady rozgraniczania wsparcia finansowego
- mieć miejsce** *nadużywane* → coś się zdarzyło / wydarzyło
- mieć oddziaływanie** *niepoprawne* → oddziaływać
- misja gospodarcza** *nadużywane* → wyjazd w sprawach gospodarczych
- modernizacja** *nadużywane* → usprawnienie / unowocześnienie
- monitoring projektu** *nadużywane, specjalistyczne* → kontrola realizacji lub wykonania projektu
- multifunkcyjny** *nadużywane, specjalistyczne* → wielofunkcyjny *albo* wyposażony w wiele funkcji
- multiplikować** *nadużywane, specjalistyczne* → mnożyć
- na ile** *niepoprawne* → w jakim stopniu
- namiar na coś** *kolokwialne* → informacje o czymś / na jakiś temat
- niezbędny dla czegoś** *niepoprawne* → niezbędny do czegoś
- o ile..., to...** *niepoprawne* → o ile..., o tyle...
- obligatoryjny** *nadużywane* → konieczny / obowiązkowy
- obszar** (w obszarze czegoś / na obszarze czegoś) *nadużywane* → w czymś / gdzieś
- oddziaływanie** *nadużywane* → wpływ
- odnośnie czegoś** *niepoprawne* → odnośnie do czegoś
- okres czasu** *niepoprawne* → okres czegoś / czas
- okres programowania** *specjalistyczne* → lata, w których obowiązują dane programy operacyjne / lata 2007 – 2013 itp.
- olbrzymi kłopot** *kolokwialne* → duży / mały / ogromny kłopot
- oparty o** *niepoprawne* → oparty na czymś
- opracowywać coś** *nadużywane* → planować / pisać / redagować / przygotowywać coś
- optymalny** *nadużywane* → najlepszy
- papier** *kolokwialne* w znaczeniu 'komunikacja pisana / dokument / pismo' → tekst pisany / komunikacja pisana / dokument
- pełnić rolę** *niepoprawne* → pełnić funkcję *albo* odgrywać rolę
- performance** *niepoprawne* → prezentacja
- perspektywa** *nadużywane* → przyszłość
- perspektywa finansowania** *nadużywane, specjalistyczne* → lata, w których obowiązują programy operacyjne; lata 2007 – 2013 itp.
- podnieść (podnosić) budżet** *niepoprawne* → podnieść wyniki *albo* zwiększyć budżet
- położyć (kłaść) nacisk na coś** *nadużywane* → podkreślać coś
- pomoc (przy pomocy)** *niepoprawne* → za pomocą czegoś

- posiadać znaczenie** *niepoprawne* → mieć znaczenie
- postawić na zrobienie czegoś** (np. postawić na uatrakcyjnienie regionu) *niepoprawne* → zrobić coś (np. uatrakcyjnić region)
- postępuje coś (np. podpisywanie umów)** *nadużywane* → umowy są podpisywane
- potencjalny** *nadużywane* → możliwy
- póki co** *niepoprawne* → tymczasem
- praktyczne doświadczenie** *niepoprawne* → doświadczenie / praktyka
- praktyka robienia czegoś** *nadużywane* → sposób robienia czegoś
- prawidłowy** *nadużywane* → poprawny / odpowiedni / właściwy
- prefinansowanie** *nadużywane, specjalistyczne* → wstępne / wcześniejsze / uprzednie finansowanie
- preumowa** *nadużywane* → umowa przedwstępna
- problematyka** *nadużywane* → problemy
- proeksportowy** *nadużywane, specjalistyczne* → popierający eksport
- proeuropejski** *nadużywane* → przychylny wszelkim działaniom / pomysłom / inicjatywom dotyczącym Unii Europejskiej
- proinnowacyjny** *nadużywane* → pozytywnie nastawiony do nowych pomysłów / innowacji / zmian; wspierający nowe pomysły / innowacje / zmiany
- projektodawca** *nadużywane* → twórca / autor projektu
- proobywatelski** *nadużywane* → popierający działania / inicjatywy obywatelskie / przychylny obywatelom
- przeciwdziałać** *nadużywane* → działać przeciw / zapobiegać czemuś
- przeciwdziałać wzrostowi czegoś** *nadużywane* → zmniejszać coś
- przedsiębiorstwo** *nadużywane* → firma / instytucja / podmiot
- przekazywanie danych** *nadużywane* → informowanie
- przekazywanie pomocy** *nadużywane* → pomaganie
- przeprowadzić projekt** *niepoprawne* → zrealizować projekt *albo* przeprowadzić badania
- przetwarzanie informacji / danych** *nadużywane* → analiza / obróbka informacji / danych
- przewidywać coś do realizacji** *niepoprawne* → przewidywać realizację czegoś
- przygotowawczy** *nadużywane* → wstępny / przygotowujący / roboczy / poprzedzający / doraźny / tymczasowy
- rekomendacja** *nadużywane* → zalecenie / rady
- reprezentować** *nadużywane jako 'należać do jakiejś grupy / być skądś'* → poprawnie w znaczeniu 'być oficjalnym przedstawicielem czegoś / kogoś'
- rok czasu** *niepoprawne* → rok *albo* czas / okres
- rozkrećć biznes** *kolokwialne* → rozwijać działalność
- rozpowszechniać informacje o czymś** *nadużywane* → informować / pisać / mówić o czymś
- rozumieć coś pod pojęciem** *niepoprawne* → coś rozumieć przez coś
- rozwiązanie z czegoś** *niepoprawne* → rozwiązanie czegoś

runda aplikacyjna *niepoprawne* → okres, w którym można składać wnioski

rynek (w rynku finansowym) *niepoprawne* → na rynku finansowym
skierować coś dla kogoś (skierowany dla kogoś) *niepoprawne* → skierować coś do kogoś / czegoś albo skierowany do kogoś / czegoś

składać (złożyć) zapytanie *nadużywane* → pytać kogoś o coś / zapytać kogoś o coś

skomplikowany *nadużywane* → trudny / złożony

skutkować *niepoprawne* → przynosić skutki

specyficzny *nadużywane* → właściwy / odpowiedni

stawiać na współpracę *nadużywane* → chętnie współpracować z kimś

stwarzać okoliczności *niepoprawne* → stwarzać możliwości

stworzyć coś dla *niepoprawne* → stworzyć komuś coś

temat (w temacie) *niepoprawne* → w sprawie / dotyczący czegoś / odnoszące się do czegoś / odnośnie do czegoś

trudno się połapać *kolokwialne* → trudno coś zrozumieć

tuziny projektów *kolokwialne* → wiele (duża liczba) projektów

uczestniczyć w swobodach gospodarczych *niepoprawne* → korzystać ze swobód gospodarczych

unikalny *niepoprawne* → unikatowy

upowszechniać informacje *nadużywane* → informować o / mówić / pisać

usługi doradcze *nadużywane* → doradztwo

uzyskać fundusze *niepoprawne* → pozyskać / otrzymać fundusze

w oparciu o *niepoprawne* → opierający się na czymś / na podstawie czegoś

warunek dla czegoś *niepoprawne* → warunek czegoś

wdrażać coś *nadużywane* → upowszechniać coś / stosować coś / wprowadzać w życie

wdrażać coś dla// gdzieś *niepoprawne* → wdrażać coś do czegoś

wdrażać coś na obszarze czegoś (wdrażanie) *niepoprawne* → wprowadzać coś do czegoś / gdzieś

wiodący *niepoprawne* → główny / przewodni / najważniejszy / najlepszy / kierujący

wirtualny *niepoprawne* w znaczeniu 'nierzeczywisty' → nierzeczywisty / nieprawdziwy

włodarz *książkowe* → zarządca / administrator

wniosek na realizację *niepoprawne* → wniosek o realizację

wnioskować o coś *niepoprawne* → składać wniosek o coś / występować z jakimś wnioskiem / przedstawić jakiś wniosek

wsparcie dla kogoś / czegoś *niepoprawne* → wsparcie kogoś / czegoś

wsparcie pomocowe *niepoprawne* → wsparcie albo pomoc

wydarzenie się odbyło *niepoprawne* → coś się zdarzyło

wydatkowanie czegoś *nadużywane* → wykorzystanie czegoś / wydawanie czegoś

wykorzystywanie czegoś *nadużywane* → korzystanie z czegoś

wykwalfikowany *nadużywane* → kompetentny / roboczy / dobry / przygotowany / rzetelny / odpowiedzialny

wymogi dla czegoś *niepoprawne* → wymagania czegoś

wymogi formalne *niepoprawne* → wymogi czegoś

wysokie zaawansowanie projektów *niepoprawne* → znaczne / duże zaawansowanie projektów

wyszukiwacz projektów *kolokwialne* → osoba poszukująca projektów

wyśrubowane wymagania *kolokwialne* → wygórowane wymagania

zabezpieczyć coś *nadużywane o pieniądzach* (np. zabezpieczyć środki / finanse itp.) → zabezpieczyć coś przed czymś, *ale*: zapewnić komuś środki

zafundować sobie coś *niepoprawne* → sprawić / kupić coś sobie

zarówno..., a także... *niepoprawne* → zarówno..., jak i ...

złożyć zapytanie *niepoprawne* → zapytać

źródła zasilania budżetu *niepoprawne* → środki zasilające budżet

PORADNIE JĘZYKOWE

Poradnia Językowa PWN
www.poradnia.pwn.pl

Poradnia Językowa
Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego
www.poradnia-jezykowa.uni.wroc.pl/pj
tel. (0-71) 375-24-30 (poniedziałek – piątek: 13.00 – 15.00)

Poradnia Językowa
Uniwersytetu Śląskiego
www.poradniajezykowa.us.edu.pl

Poradnia Językowa
Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego
www.poradnia.polonistyka.uj.edu.pl

Telefoniczna i Internetowa Poradnia Językowa
Uniwersytetu Szczecińskiego
www.us.szc.pl/e/?xml=load_page&st=9740
tel. (0-91) 444-26-55 (czwartki: 11.00 – 14.00)

Telefoniczna i Internetowa Poradnia Językowa
Uniwersytetu Warszawskiego
www.poradniajezykowa.uw.edu.pl
tel. (0-22) 55-20-684 (poniedziałek – piątek: 10.00 – 14.00)

Telefoniczna Poradnia Językowa
Instytutu Filologii Polskiej UAM w Poznaniu
www.polonistyka.amu.edu.pl/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=28&Itemid=40
tel. (0-61) 829-45-51 (pn. i wt. 10.00 – 11.00, środy: 11.00 – 12.00)

Telefoniczna Poradnia Językowa
Uniwersytetu Gdańskiego
www.fil.ug.gda.pl/pl/telefoniczna_poradnia_jezykowa
tel. (58) 523 20 25; dni powszednie w godz. 13.00-14.30

SŁOWNIKI

SŁOWNIKI OGÓLNE JĘZYKA POLSKIEGO

- Bańko M., *Inny słownik języka polskiego*, t. 1-2, Warszawa 2000.
- Bralczyk J. (red.), *100 tysięcy potrzebnych słów*, Warszawa 2005, (www.sjp.pwn.pl).
- Szymczak M. (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 1-3, Warszawa 1994.
- Doroszewski W. (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 1-11, Warszawa 1958-1969.
- Dubisz S. (red.), *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 1-4, Warszawa 2003, (www.usjp.pwn.pl).
- Dunaj B. (red.), *Słownik współczesnego języka polskiego*, Warszawa 1996.
- Zgółkowa H. (red.), *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, t. 1-50, Poznań 1994-2005.

SŁOWNIKI POPRAWNEJ POLSZCZYZNY

- Bańko M., M. Krajewska, *Słownik wyrazów kłopotliwych*, Warszawa 1994.
- Grzenia J., *Słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa 2004.
- Markowski A. (red.), *Nowy słownik poprawnej polszczyzny PWN*, Warszawa 2002.
- Markowski A. (red.), *Wielki słownik poprawnej polszczyzny PWN*, Warszawa 2004.
- Miodek J., *Słownik Ojczyzny polszczyzny*, oprac. M. Zaśko-Zielińska, T. Piekot, Wrocław 2002.
- Podracki J., *Słownik skrótów i skrótowców*, Warszawa 1999.

SŁOWNIKI FRAZEOLOGICZNE

- Bańko M., *Słownik porównań*, Warszawa 2004.
- Głuch W., A. Nowakowska (red.), *Słownik frazeologiczny*, Wrocław 2003.
- Kłosińska A., E. Sobol, A. Stankiewicz (red.), *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłówkami*, Warszawa 2005.
- Markiewicz H., A. Romanowski, *Skrzydlate słowa*, Warszawa 1990.
- Markiewicz H., A. Romanowski, *Skrzydlate słowa. Seria druga*, Warszawa 1998.
- Skorupka S., *Słownik frazeologiczny języka polskiego*, t. 1-2, Warszawa 1967-1968.

SŁOWNIKI ORTOGRAFICZNE I INTERPUNKCYJNE

- Podracki J., *Nowy słownik interpunkcyjny języka polskiego z zasadami przestankowania*, Warszawa 2005.
- Polański E. (red.), *Wielki słownik ortograficzny języka polskiego PWN z zasadami pisowni i interpunkcji*, Warszawa 2003, (www.so.pwn.pl).

SŁOWNIKI SYNONIMÓW I ANTONIMÓW

- Bańko M. (red.), *Wielki słownik wyrazów bliskoznacznych PWN*, oprac. A. Kłosińska (i in.), Warszawa 2005.
- Dąbrowka A., E. Geller, *Słownik antonimów*, Warszawa 1995.
- Dąbrowka A., E. Geller, *Słownik synonimów*, Warszawa 1994.
- Pawlus M., B. Gajewska, *Słownik synonimów i antonimów*, Białsko-Biała 1997.
- Skorupka S. (red.), *Słownik wyrazów bliskoznacznych*, Warszawa 1957.
- Żmigrodzki P., *Mały słownik antonimów*, Kraków 2001.
- Żmigrodzki P., *Mały słownik synonimów*, Kraków 1997.

SŁOWNIKI WYRAZÓW OBCYCH

- Bańko M. (red.), *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 2003.
- Głuch W., I. Kamińska-Szmaj (red.), *Słownik wyrazów obcych*, Wrocław 2003.
- Markowski A., R. Pawelec, *Wielki słownik wyrazów obcych i trudnych*, Warszawa 2001.
- Sobol E. (red.), *Słownik wyrazów obcych*, Warszawa 1996, (www.swo.pwn.pl).

SŁOWNIKI ODMIAN JĘZYKOWYCH

- Anusiewicz J., J. Skawiński, *Słownik polszczyzny potocznej*, Warszawa 1996.
- Dąbrowska A., *Słownik eufemizmów polskich, czyli w rzeczy mocno, w sposobie łagodnie*, Warszawa 1998.

INNE SŁOWNIKI

- Bańko M., *Słownik peryfraz, czyli wyrażań omownych*, Warszawa 2002.
- Kita M., E. Polański, *Słownik paronimów, czyli wyrazów mylonych*, Warszawa 2004.
- Kopaliński W., *Słownik eponimów, czyli wyrazów odimiennych*, Warszawa 2004.

Wydawca:
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
<http://www.mrr.gov.pl>
<http://funduszeuropejskie.gov.pl>
ISBN 978-83-7610-176-7

Departament Informacji, Promocji i Szkoleń
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
tel. (+48 22) 461 39 62